



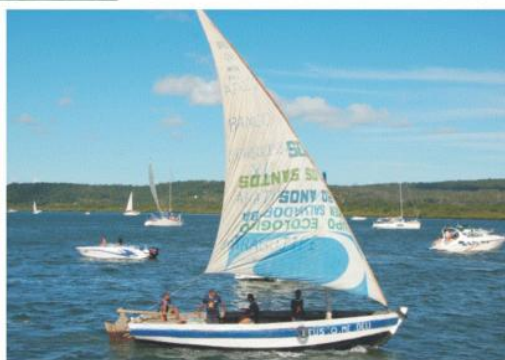
Prodetur Nacional

Plano de Desenvolvimento
Integrado do Turismo
Sustentável - PDITS



SECRETARIA DO TURISMO

Polo Turístico da Baía de Todos-os-Santos



Salvador
maio | 2012

Governo do Estado da Bahia

Jaques Wagner

Governador

Secretaria de Turismo do Estado da Bahia - Setur

Domingos Leonelli Netto

Secretário

Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos - Suinvest

Clarissa Maria de Azevedo Amaral

Superintendente

Superintendência de Serviços Turísticos - Suset

Rita de Cássia dos Santos Magalhães

Superintendente

SECRETARIA
DO TURISMO



Ministério
do Turismo



**Salvador
2012**

**Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
do Polo Baía de Todos-os-Santos – Prodetur Nacional/BA**

Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos - SUINVEST

Clarissa Maria de Azevedo Amaral

Superintendente

Cândice Ramos de Viveiros (Assistente)

Viviane Carvalho Santos (Assistente)

Diretoria de Projetos, Acompanhamento e Controle – DIPAC

Antonio Sérgio Pedreira Franco Souza (Diretor)

Cleide Regina dos Reis da Nunciação (Arquiteta)

Corinto Sarno Sobrinho (Arquiteto)

Irenice Souza Almeida (Arquiteta)

Juliana Teixeira Cruz (Administradora)

Maria Celeste Almeida Silva (Arquiteta)

Maria Teresa Chenaud de Oliveira (Engenheira)

Marcos Diniz Gonçalves (Gestor Ambiental)

Raul Silvério da Silva (Administrador)

Rosana de Jesus Santos (Arquiteta)

Simon Vasconcelos Pereira (Contador)

Solange Gomes Valladão (Arquiteto)

Diretoria de Planejamento e Estudos Econômicos – DPEE

Marcelo Gonçalves Carvalho (Diretor)

Luiz Fernando Seixas de Macedo Costa (coordenador de pesquisa)

Inez Maria Dantas do Amor Garrido (coordenadora de estudos)

Alberto Lee Chicourel Norris (Turismólogo)

Alexandra Almada Baca (Administradora)

Ana Cristina Pelosi de Figueiredo (Administradora)

Andréia Ferreira Brandão (Turismóloga)

Ivia de Jesus Santana (Economista)

Rhene Jorge (Técnico Administrativo)

Rodrigo da Cruz Lopes (Estatístico)

Ytana Torres (Técnico Administrativo)

Assessoria de Captação de Investimentos

Érico Pina Mendonça Júnior (coordenador)

Arthur Nemrod Menezes Guimarães

Corina Gabriela Hellwig Cingolani

Reinaldo Moreira Dantas

William Walter Pickett

Revisão

Tânia Feitosa

Fotografias

Arquivo Secretaria de Turismo-Bahiatursa

Secretaria de Turismo do Estado da Bahia

Avenida Tancredo Neves, 776, Bloco B, 8º andar – Caminho das Árvores

Cep: 41823-900 - Tels: (71) 3116-4115 / Fax: (71) 3341-1573

e-mail: gab@turismo.ba.gov.br

Salvador – Bahia

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	19
2 CONTEXTO.....	24
2.1 PRODETUR NORDESTE I E II	28
2.1.1 Ações do Prodetur/NE – I	30
2.1.2 Ações do Prodetur /NE – II	31
2.1.3 Desempenho do Prodetur /NE – II na Bahia	32
2.1.4 Novos investimentos resultantes do Prodetur /NE – II....	34
3 OBJETIVOS	36
3.1 OBJETIVO GERAL	36
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	37
3.3 OBJETIVOS OPERACIONAIS	37
4 DIAGNÓSTICO DA ÁREA DE PLANEJAMENTO	38
4.1 DINÂMICA SOCIOECONÔMICA.....	41
4.1.1 Dimensão Econômica	52
4.1.2 Dimensão Social	42
4.1.3 Dimensão Ambiental.....	52
4.1.4 Dimensão Demográfica	53
4.2 ANÁLISE DA DINÂMICA ECONÔMICA.....	43
4.2.1 Perfil socioeconômico	43
4.2.2 Caracterização Econômica do Polo	44
4.2.3 Caracterização Econômica dos Municípios	44
4.2.4 Impacto do Turismo na Economia.....	45
4.2.5 Evolução da geração de empregos.....	46
4.2.6 Aspectos socioeconômicos inerentes à náutica.....	48
4.2.7 Aspectos socioeconômicos inerentes à cultura	51
4.2.8 Herança Arquitetônica e Museus	52
4.2.9 Herança do Intangível	52
4.3 ANÁLISE DA DINÂMICA SOCIAL	58
4.3.1 População.....	58
4.3.2 Condições de Vida	58

4.3.3Educação.....	59
4.3.4 Saúde.....	59
4.4 ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS DA ÁREA	60
4.4.1 Uso e ocupação do solo.....	61
4.4.2 Aspectos Ambientais	61
4.4.3 Turismo e meio ambiente na BTS.....	63
4.4.4 Gestão ambiental pública.....	74
4.4.5 Gestão ambiental privada	64
4.4.6 Instrumentos de Planejamento	64
4.5 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS GERAIS	64
4.5.1. Rede Viária de Acesso	64
4.5.2 Sistema Rodoviário	65
4.5.3 Sistema Aeroviário	67
4.5.4 Sistema Hidroviário.....	68
4.5.5 Sistema Ferroviário	74
4.5.6 Saneamento Básico	76
4.5.7 Gestão de Resíduos Sólidos	80
4.5.8 Urbanização	81
4.5.9 Transporte.....	82
4.5.10 Energia	83
4.5.11 Segurança Pública	85
4.5.12 Rede Bancária.....	86
4.5.13 Comunicações	87
4.5.14 Emissoras de Rádio e TV.....	87
4.5.15 Conclusões	88
 5. DIAGNÓSTICO DA ÁREA TURÍSTICA.....	 89
5.1 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA.....	89
5.1.1 Panorama geral do turismo na Bahia	89
5.1.2.importância do turismo no PIB da Bahia	90
5.1.3 Caracterização e dimensionamento do turismo	91
5.1.4 Demanda Turística da Bahia	92
5.1.5 Perfil do Turista que visita a Bahia	98
5.1.6 Identificação dos Hábitos dos Turistas	107
5.2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO	116

5.2.1 Movimento Aeroportuário.....	118
5.2.2 Segmento Náutico	119
5.2.3 Perfil do Turista Náutico	122
5.2.4 Segmento Cultural.....	124
5.2.5 Perfil do consumidor do turismo cultural	125
5.2.6 Facilitação da demanda cultural	125
5.3 DEMANDA ATUAL X POTENCIAL	126
5.3.1 Demanda Atual	126
Meios de Hospedagem.....	126
Evolução da Receita e Fluxo Turístico	127
5.3.2 Demanda Potencial	128
Projeções de Fluxo, Receita e Impacto no PIB	128
Estimativas de Empregos.....	128
Perfil de Gastos dos Turistas	129
5.3.3 Quadros Prospectivos	133
Impacto Quantitativo.....	134
Quadros-Resumo	139
Impactos Qualitativos	146
Conclusão	149
5.4 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA.....	149
5.4.1 Atrativos turísticos por município	149
5.4.2 Riqueza Cultural	161
5.4.3 Equipamentos e Serviços.....	163
5.4.4 Investimentos privados previstos.....	163
5.5 SITUAÇÃO ATUAL X SITUAÇÃO FUTURA	165
5.5.1 Marco Teórico	165
5.5.2 Sistema de Classificação.....	166
5.5.3 Situação Atual.....	168
5.5.4 Apresentação dos Atrativos	168
5.5.5 Análise dos Produtos Turísticos.....	176
5.5.6 Situação futura (potencial)	178
5.5.7 Apresentação dos Atrativos	178
5.5.8 Análise dos Produtos Potenciais.....	185
5.5.9 Capacidade de Carga.....	185
5.5.10 Municípios de destaque por segmento	186

5.5.11 Análise do Potencial das Zonas Turísticas	187
6 VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA.....	191
7 MATRIZ SWOT	195
7.1.CONCLUSÃO.....	207
8 ESTRATÉGIA	208
8.1 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO.....	208
8.1.1 Visão	208
8.1.2 Missão	208
8.1.3 Fundamentos da Estratégia	208
8.1.4 Composição da Estratégia	209
8.1.5 Diretrizes Estratégicas.....	210
8.1.6 Promoção e Marketing	216
8.2 IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DA BTS	217
8.2.1 Estratégia de Criação de um DCT.....	219
8.2.2 Características de um Distrito Cultural e Turístico	219
8.2.3 Operação de um Distrito Cultural e Turístico	220
8.2.4 Benefícios de um Distrito Cultural e Turístico.....	220
8.2.5 Impactos sobre a criatividade e produção cultural	221
8.3 TURISMO CULTURAL ÉTNICO-AFRO NA BTS.....	223
8.4 TURISMO NÁUTICO NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS....	224
8.4.1 Eixos Estratégicos	225
8.5 QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E EMPRESARIAL.....	227
8.6 GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA	228
8.6.1 Base conceitual	229
9 ANÁLISE DO ARRANJO INSTITUCIONAL	231
9.1 INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA.....	232
9.1.1 Fórum Estadual de Turismo da Bahia	232
9.1.2 Conselhos dos Polos Turísticos	232
9.1.3 Câmara de Turismo do Polo BTS.....	233
9.2 PARCEIROS EXECUTORES.....	233
10. PLANO DE AÇÃO	237
10.1 METAS.....	237

10.2 SELEÇÃO DA ÁREA E PÚBLICO-ALVO	238
10.3 PROCESSO DE SELEÇÃO	244
10.4 SELEÇÃO DO SEGMENTO PRIORITÁRIO	244
10.5 SELEÇÃO DAS ÁREAS DE INTERVENÇÃO	264
10.5.1 Metropolitana I.....	265
10.5.2 Metropolitana II.....	288
10.5.3 Recôncavo	281
10.5.4 Recôncavo Sul.....	288
10.6 CAPACIDADE DE CARGA	295
10.7 COMPOSIÇÃO DA MATRIZ DE AVALIAÇÃO	297
10.8 AÇÕES E PROJETOS	307
10.8.1 Conceituação.....	307
10.8.2 Objetivos	308
10.8.3 Componentes.....	308
10.8.4 Metodologia de Priorização.....	311
10.8.5 Ações e projetos financiáveis	311

REFERÊNCIAS

ANEXOS

SIGLAS

ABAV	Associação Brasileira de Agências de Viagens
ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
APA	Área de Proteção Ambiental
BAHIATURSA	Empresa de Turismo da Bahia S/A
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIRD	Banco Mundial
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BTS	Baía de Todos-os-Santos
CEF	Caixa Econômica Federal
CEPRAM	Conselho Estadual de Meio Ambiente
CHS	Centro Histórico de Salvador
CIA	Centro Industrial de Aratu
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CONAMA	Conselho Nacional do Meio Ambiente
CONDER	Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia
CRA	Centro de Recursos Ambientais
DERBA	Departamento de Infraestrutura de Transportes da Bahia
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socio-econômicos
EMBASA	Empresa Baiana de Águas e Saneamento S/A
EMBRATUR	Instituto Brasileiro do Turismo
ETE	Estação de Tratamento de Esgoto
FEAT	Fórum de Estudos Avançados para o Turismo
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
GMDI	Gasto Médio Diário Individual
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IDS	Índice de Desenvolvimento Social
IGPM	Índice Geral de Preços de Mercado
IH	Instituto de Hospitalidade
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPAC	Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN	Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LIMPEC	Companhia de Limpeza Urbana de Camaçari
LIMPURB	Empresa de Limpeza Urbana de Salvador
MDIC	Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio
MH	Meio de Hospedagem
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
OPAS	Organização Panamericana de Saúde
PDITS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PDLU	Plano Diretor de Limpeza Urbana
PDM	Plano Diretor Municipal
PDT	Pesquisa de Demanda Turística
PEA	População Economicamente Ativa
PIA	População em Idade Ativa
PIB	Produto Interno Bruto

PM	Permanência Média
PMS	Prefeitura Municipal de Salvador
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPA	Plano Plurianual
PRODETUR NE	Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste
PSE	Polo Salvador e Entorno
PSF	Programa de Saúde da Família
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RLAM	Refinaria Landulpho Alves
RMS	Região Metropolitana de Salvador
RPPN	Reserva Particular do Patrimônio Natural
SAA	Sistema de Abastecimento de Água
SEADE	Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE	Serviço de Apoio à Pequena e Micro Empresa
SEDUR	Secretaria de Desenvolvimento Urbano
SEFAZ	Secretaria da Fazenda da Bahia
SEI	Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais
SEINFRA	Secretaria de Infraestrutura da Bahia
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SES	Sistema de Esgotamento Sanitário
SETRE	Secretaria Estadual de Trabalho, Renda e Esporte
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
SUINVEST	Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos
SUS	Sistema Único de Saúde
UEE	Unidade Executora Estadual
UH	Unidade Habitacional Hoteleira

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Mapa das Zonas Turísticas da Bahia	49
Figura 2	Mapa da Zona Turística Baía de Todos-os-Santos	49
Figura 3	Sistema Viário da Baía de Todos-os-Santos	75
Figura 4	Malha Ferroviária da Ferrovia Centro Atlântica (FCA)	84
Figura 5	Correntes Marítimas	131
Figura 6	Espacialização dos Municípios da BTS	204
Figura 7	Principais categorias de Turismo da BTS	207
Figura 8	Estratégia Turística “Terceiro Salto”	221
Figura 9	Ações para o Desenvolvimento do Turismo Náutico	240
Figura 10	Graus de Importância estratégica	254
Figura 11	Subclassificação estratégica	255
Figura 12	Classificação estratégica do PDITS	256
Figura 13	Classificação estratégica	317
Figura 14	Metropolitana I	318
Figura 15	Metropolitana II	318
Figura 16	Recôncavo	318
Figura 17	Recôncavo Sul	319
Figura 18	Roteiro Turístico	320

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Investimentos do Prodetur/NE I na BTS	41
Tabela 2	Investimentos Prodetur NE II - Polo BTS	44
Tabela 3	Desembolsos do Prodetur/NE II	45
Tabela 4	População Residente na BTS	50
Tabela 5	PIB Municipal e PIB per capita	55
Tabela 6	Leitos hospitalares existentes e conveniados com o SUS	69
Tabela 7	Rede rodoviária do Estado da Bahia	75
Tabela 8	Número de passageiros no Aeroporto (2006/2011)	78
Tabela 9	Terminal Turístico Marítimo - Passeio às Ilhas (Escuna)	80
Tabela 10	Terminal Turístico Marítimo Salvador / Mar Grande	81
Tabela 11	Terminal Turístico Marítimo Salvador / Morro de São Paulo	81
Tabela 12	Número de Atracações e Passageiros de Cruzeiros Marítimos	82
Tabela 13	Terminal de São Joaquim - Salvador / Itaparica	82
Tabela 14	Marinas e Clubes na BTS	83
Tabela 15	Programa de Despoluição da BTS	89
Tabela 16	Cobertura de Saneamento Básico	89
Tabela 17	Cobertura de Coleta de Lixo	91
Tabela 18	Veículos Registrados	93
Tabela 19	Consumidores de Energia Elétrica	94
Tabela 20	Ocorrências Policiais	95
Tabela 21	Distribuição de Agências Bancárias	96
Tabela 22	Agências de Correios	97
Tabela 23	Quantitativo de Emissoras de Rádio e TV	98
Tabela 24	Participação das regiões turísticas no fluxo da Bahia	103
Tabela 25	Fluxo X Receita	104
Tabela 26	Principais estados emissores	104
Tabela 27	Fluxo doméstico brasileiro	105
Tabela 28	Fluxo doméstico dos estados do Nordeste	105
Tabela 29	Participação dos Destinos no fluxo doméstico da Bahia	106
Tabela 30	Fluxo internacional do Brasil	108
Tabela 31	Fluxo internacional dos estados do Nordeste	108
Tabela 32	Participação dos destinos no fluxo internacional do Estado	109
Tabela 33	Perfil do Turista - Gênero	110
Tabela 34	Perfil do Turista - Faixa Etária	110
Tabela 35	Perfil do Turista - Grau de Instrução	110
Tabela 36	Perfil do Turista - Ocupação Profissional	111
Tabela 37	Perfil do Turista - Renda Média Mensal	111
Tabela 38	Perfil do Turista - Gasto Médio na Viagem	111
Tabela 39	Perfil do Turista - Gasto Médio na Bahia	112
Tabela 40	Perfil do Turista - Gasto Médio na Localidade	112
Tabela 41	Perfil do Turista - Composição dos Gastos na Bahia	112
Tabela 42	Perfil do Turista - Principal Motivação	113
Tabela 43	Perfil do Turista - Principal Motivação (Lazer)	114
Tabela 44	Perfil do Turista - Principal Motivo da Viagem (ouros motivos)	115
Tabela 45	Perfil do Turista - Taxa de Permanência – Bahia	116
Tabela 46	Perfil do Turista - Taxa de Permanência na Localidade	117
Tabela 47	Perfil do Turista - Principal Meio de Hospedagem	118
Tabela 48	Perfil do Turista - Principal Meio de Transporte	118
Tabela 49	Turismo no Mundo - Receita Cambial	126
Tabela 50	Fluxo Turismo Náutico	132
Tabela 51	Localidades mais visitadas	134

Tabela 52	Taxa Média de Ocupação dos principais hotéis de Salvador	137
Tabela 53	Número de Passageiros no Aeroporto	137
Tabela 54	Composição dos Gastos dos visitantes	139
Tabela 55	Turismo Doméstico - Composição dos Gastos Médios	140
Tabela 56	Turismo Internacional – Composição dos Gastos Médios	141
Tabela 57	Projeção dos Gastos adicionais dos turistas	144
Tabela 58	Estimativa dos fluxos de turistas	148
Tabela 59	Listagem de Investimentos privados previstos	149
Tabela 60	Cenário Tendencial – PIB, População e PIB per capita	150
Tabela 61	Cenário Tendencial – Crescimento PIB	150
Tabela 62	Projeção dos Fluxos de turistas	152
Tabela 63	Distribuição Regional dos efeitos do Prodetur/Ba	154
Tabela 64	Projeção dos efeitos marginais do Prodetur/Ba sobre ACTs	156
Tabela 65	Participação das ACTs nos efeitos locais do Prodetur/Ba	157
Tabela 66	Oferta Hoteleira da BTS	174
Tabela 67	Investimentos Privados	175
Tabela 68	Peso dos quesitos de Avaliação	179
Tabela 69	Atrativos Turísticos Efetivos	180
Tabela 70	Atrativos Turísticos Efetivos – BTS (Continuação)	181
Tabela 71	Atrativos Turísticos Efetivos por Categoria (Continuação)	181
Tabela 72	Atrativos Turísticos Efetivos por Categoria (Continuação)	183
Tabela 73	Atrativos Efetivos por Categoria (Total)	184
Tabela 74	Principais Atrativos Efetivos – categoria histórico-cultural	185
Tabela 75	Principais Atrativos Efetivos – categoria manifestações culturais	186
Tabela 76	Principais Atrativos Efetivos – categoria natural	186
Tabela 77	Ranking Efetivo – categoria histórico cultural	186
Tabela 78	Ranking Efetivo – categoria manifestações culturais	187
Tabela 79	Ranking Efetivo – categoria natural	187
Tabela 80	Atrativos Turísticos Potenciais por categoria	190
Tabela 81	Atrativos Turísticos Potenciais por categoria	191
Tabela 82	Atrativos Turísticos Potenciais por categoria	192
Tabela 83	Atrativos Turísticos Potenciais por categoria (Continuação)	193
Tabela 84	Principais Atrativos Potenciais – histórico-cultural	194
Tabela 85	Principais Atrativos Potenciais – manifestações culturais	194
Tabela 86	Principais Atrativos – natural	195
Tabela 87	Ranking Potencial – categoria histórico-cultural	195
Tabela 88	Ranking Potencial – categoria manifestações culturais	195
Tabela 89	Ranking Potencial - categoria natural	196
Tabela 90	Ranking Geral dos municípios p/ categoria histórico-cultural	198
Tabela 91	Ranking Geral de municípios p/categoria manifestações culturais	198
Tabela 92	Ranking Geral de municípios p/categoria natural	198
Tabela 93	Ranking Atrativos Efetivos – Polo Salvador Entorno	201
Tabela 94	Ranking Atrativos Potenciais – Polo Salvador Entorno	201
Tabela 95	Indicadores para o Polo Baía de Todos-os-Santos	251
Tabela 96	Principal Motivação da Viagem	260
Tabela 97	Participação dos Estados do Nordeste no fluxo nacional	260
Tabela 98	Principal Motivação da viagem	261
Tabela 99	Turismo Náutico e de Pesca	261
Tabela 100	Capacidade do Sistema de Transporte Hidroviário	263
Tabela 101	Localidades com “picos-relâmpago” de visitantes	266
Tabela 102	Regatas exclusivamente Baianas	266
Tabela 103	Regatas com embarcações locais e nacionais	267
Tabela 104	Regatas exclusivamente internacionais	267
Tabela 105	Atracções e passageiros de cruzeiros marítimos	267
Tabela 106	Número de Empregos	276

Tabela 107	Número de Empregos - Faturamento Médio Mensal	276
Tabela 108	Gasto Médio Mensal (com manutenção - mão de obra)	277
Tabela 109	Gasto Médio Mensal (reposição de peças e produtos)	277
Tabela 110	Aspectos econômicos e sociais dos municípios (Metropolitana I)	280
Tabela 111	População com mais de 10 anos p/ classe de rendimento	280
Tabela 112	Domicílios particulares p/ rendimento per capita	280
Tabela 113	Números de pescadores, embarcações e produção	281
Tabela 114	Aspectos Sociais e Econômicos dos municípios (Metropolitana II)	290
Tabela 115	População com mais de 10 anos p/classe de rendimento	290
Tabela 116	Domicílios particulares p/ rendimento per capita	290
Tabela 117	Número de pescadores, embarcações e produção	291
Tabela 118	Aspectos Sociais e Econômicos dos municípios (Recôncavo)	296
Tabela 119	População com mais de 10 anos p/ classe de rendimento	297
Tabela 120	Domicílios particulares p/ rendimento per capita	297
Tabela 121	Número de pescadores, embarcações e produção	297
Tabela 122	Aspectos Sociais e Econômicos dos municípios (Recôncavo Sul)	303
Tabela 123	População com mais de 10 anos p/ classe de rendimento	304
Tabela 124	Domicílios particulares p/ classe de rendimento per capita	304
Tabela 125	Aspectos Sociais e Econômicos dos municípios	304
Tabela 126	Matriz Total de Investimentos por componente	358
Tabela 127	Matriz de Investimentos - 1ª versão (Prodetur Nacional)	361
Tabela 128	Matriz de Investimentos - definitiva (Prodetur Nacional)	362

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Projeções de cenário de futuro moderado	48
Quadro 2	Classificação das Atividades Culturais	61
Quadro 3	Terminais Rodoviários da Baía de Todos-os-Santos	76
Quadro 4	Atracadouros na Baía de Todos-os-Santos	78
Quadro 5	Terminais hidroviários na Baía de Todos-os-Santos	79
Quadro 6	Principais linhas hidroviárias (via Terminal Náutico)	79
Quadro 7	Principais Linhas Hidroviárias (via Terminal de São Joaquim)	80
Quadro 8	Sistema de Qualificação	178
Quadro 9	Produtos turísticos comercializados na BTS	188
Quadro 10	Descrição dos produtos turísticos comercializados na BTS	188
Quadro 11	Descrição de produtos turísticos concorrentes	189
Quadro 12	Categoria dos municípios integrantes da BTS	205
Quadro 13	Matriz Swot – Dinâmica Econômica	210
Quadro 14	Matriz Swot – Análise Social	211
Quadro 15	Matriz Swot – Infraestrutura	212
Quadro 16	Matriz Swot - Patrimônio Histórico	213
Quadro 17	Matriz Swot - Aspectos Socioambientais	214
Quadro 18	Matriz Swot - Capacidade Institucional dos municípios	215
Quadro 19	Matriz Swot – Capacitação do Setor Privado	216
Quadro 20	Matriz Swot – Atrativos e Produtos Turísticos	217
Quadro 21	Matriz Swot - Oferta Turística	218
Quadro 22	Matriz Swot - Educação e Capacitação p/ o turismo	219
Quadro 23	Áreas Geográficas Municípios BTS	252
Quadro 24	Estudos para Seleção das Áreas de Intervenção	253
Quadro 25	Principais Segmentos dos Polos Turísticos da Bahia	258
Quadro 26	Caracterização do Setor Náutico na Bahia	262
Quadro 27	Capacidade do Sistema de Transporte Hidroviário	264
Quadro 28	Condições para o desenvolvimento do Turismo Náutico	264
Quadro 29	Localidades mais visitadas	265
Quadro 30	Perfil do Turista Náutico de Cruzeiros	268
Quadro 31	Perfil do Turista Estrangeiro de Recreio e Esporte 1	269
Quadro 32	Perfil do Turista Nacional Náutico de Recreio e Esporte 2	269
Quadro 33	Perfil do Turista Nacional Náutico de Recreio e Esporte 3	269
Quadro 34	Serviços mais utilizados	270
Quadro 35	Principais Fatores para Escolha do Destino	270
Quadro 36	Outros Fatores para Escolha do Destino	270
Quadro 37	Gasto Médio Turista Doméstico e Estrangeiro (Bahia)	271
Quadro 38	Gasto Médio Turista Doméstico e Estrangeiro (Localidades)	271
Quadro 39	Número de Pernoites Doméstico e Estrangeiro (Bahia)	271
Quadro 40	Número de Pernoites Doméstico e Estrangeiro (Localidades)	272
Quadro 41	Perfil do Turista Náutico de Recreio e Esporte	273
Quadro 42	Perfil do Turista Náutico de Mergulho	274
Quadro 43	Aspectos Comuns da Área Seleccionada	279
Quadro 44	Populações Tradicionais	281
Quadro 45	Área de Abrangência: Centro Antigo de Salvador	282
Quadro 46	Salvador - Infraestrutura Turística	283
Quadro 47	Candeias - Infraestrutura Turística	285
Quadro 48	Madre de Deus - Infraestrutura Turística	286
Quadro 49	São Francisco do Conde - Infraestrutura	287
Quadro 50	Simões Filho - Infraestrutura	288

Quadro 51	Aspectos Comuns da Área Seleccionada	289
Quadro 52	Fazendas de Camarão p/ município	291
Quadro 53	Itaparica - Infraestrutura	292
Quadro 54	Salinas da Margarida - Infraestrutura	293
Quadro 55	Vera Cruz - Infraestrutura	294
Quadro 56	Saubara - Infraestrutura	295
Quadro 57	Aspectos Comuns da Área Seleccionada	296
Quadro 58	Municípios x Fazendas de Camarão	298
Quadro 59	Maragogipe - Infraestrutura Turística	299
Quadro 60	Cachoeira - Infraestrutura Turística	300
Quadro 61	São Félix - Infraestrutura Turística	301
Quadro 62	Santo Amaro - Infraestrutura Turística	302
Quadro 63	Aspectos Sociais e Económicos dos Municípios	303
Quadro 64	Municípios x Fazendas de Camarão	305
Quadro 65	Jaguaripe - Infraestrutura Turística	306
Quadro 66	Aratuípe - Infraestrutura Turística	307
Quadro 67	Nazaré - Infraestrutura Turística	308
Quadro 68	Capacidade de Carga Física	310
Quadro 69	Matriz de Composição Da Avaliação Área Metropolitana I	311
Quadro 70	Matriz de Composição Da Avaliação Área Metropolitana II	313
Quadro 71	Matriz de Composição Da Avaliação Área Recôncavo	314
Quadro 72	Matriz de Composição Da Avaliação Área Recôncavo Sul	315
Quadro 73	Municípios x Nota Final	317
Quadro 74	Roteiro Náutico	319

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Prodetur/NE-II Investimento por Zona Turística	44
Gráfico 2	Nível de crescimento dos ocupados formais	57
Gráfico 3	Quantitativo de mão de obra formal por ACT's	58
Gráfico 4	Rendimento Médio dos empregados formais em ACTs	58
Gráfico 5	Produção Associada Pelourinho	65
Gráfico 6	Produção Associada Mercado Modelo	65
Gráfico 7	Artesanato Cachoeira	66
Gráfico 8	Artesanato Itaparica	66
Gráfico 9	Artesanato Vera Cruz	67
Gráfico 10	Artesanato Maragogipe	67
Gráfico 11	Artesanato Santo Amaro	67
Gráfico 12	Artesanato São Félix	68
Gráfico 13	Capacidade das marinas e Clubes da BTS	83
Gráfico 14	Turismo Doméstico - Estados mais visitados do Brasil	100
Gráfico 15	Turismo Doméstico - Estados do Nordeste mais visitados	101
Gráfico 16	Participação da Atividade Turística no PIB dos Estados	102
Gráfico 17	Turismo Doméstico - Principais Cidades Emissoras	106
Gráfico 18	Turismo Internacional - Principais Países Emissores	107
Gráfico 19	Principais Portões de entrada dos visitantes estrangeiros	107
Gráfico 20	Perfil do Turista - Composição dos Gastos – Bahia	113
Gráfico 21	Perfil do Turista - Principal Interesse (Lazer)	114
Gráfico 22	Perfil do Turista - Principais motivos da escolha (Sol e Praia)	115
Gráfico 23	Perfil do Turista - Principais motivos da viagem (outros motivos)	116
Gráfico 24	Perfil do Turista - Principais localidades visitadas	117
Gráfico 25	Perfil do Turista - Acompanhantes na viagem	119
Gráfico 26	Perfil do Turista - Principal fator decisório para viagem	119
Gráfico 27	Perfil do Turista - Principal página da Internet	120
Gráfico 28	Perfil do Turista - Primeira visita à localidade	120
Gráfico 29	Perfil do Turista - Aquisição de serviços em agências de viagens	121
Gráfico 30	Perfil do Turista - Serviços adquiridos em Agências	121
Gráfico 31	Perfil do Turista - Aspectos positivos atrativos turísticos	122
Gráfico 32	Perfil do Turista - Aspectos positivos equipamentos e serviços	122
Gráfico 33	Perfil do Turista - Aspectos positivos – Infraestrutura	123
Gráfico 34	Perfil do Turista - Expectativa da Viagem	123
Gráfico 35	Perfil do Turista - Intenção de retorno à localidade	124
Gráfico 36	Perfil do Turista - Recomendação da localidade / evento	124
Gráfico 37	Perfil do Turista - Aspectos que mais agradaram	125
Gráfico 38	Perfil do Turista - Aspectos que mais desagradaram	125
Gráfico 39	Perfil do Turista - Avaliação Turismo – Cachoeira	127
Gráfico 40	Perfil do Turista - Avaliação Turismo – Itaparica	128
Gráfico 41	Nº de Passageiros Internacionais Aeroporto (Salvador)	128
Gráfico 42	Nº de Passageiros de Cruzeiros Marítimos (Salvador)	129
Gráfico 43	Origem dos Turistas que atravessam o Atlântico	130
Gráfico 44	Países com intenção de compra	131
Gráfico 45	Gastos Adicionais dos Turistas (Bahia)	142
Gráfico 46	Estrutura dos Gastos Adicionais dos Turistas (Bahia)	143
Gráfico 47	Composição dos Fluxos de Turistas, segundo origem (Bahia)	147
Gráfico 48	Composição dos Fluxos de Turistas, segundo origem (BTS)	147
Gráfico 49	Atrativos Efetivos p/ categoria (BTS)	184
Gráfico 50	Atrativos Efetivos p/ categoria (Salvador)	185

Gráfico 51	Atrativos Potenciais p/ categoria (BTS)	193
Gráfico 52	Atrativos Potenciais p/ categoria (Salvador)	193
Gráfico 53	Atrativos Potenciais e Efetivos p/ categoria (BTS)	199
Gráfico 54	Atrativos Potenciais e Efetivos p/ categoria (Salvador)	200
Gráfico 55	Atrativos Potenciais e Efetivos (BTS)	201

1 INTRODUÇÃO

O presente documento constitui-se na versão atualizada 2011 do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da Área Turística Baía de Todos-os-Santos, elaborado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2002, com vistas a atender aos requisitos do BID para o ingresso da Bahia no Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil II (Prodetur Nordeste II).

Na sua reformulação, procurou-se atender às exigências e recomendações do Termo de Referência, elaborado pelo BID, conforme regulamento operativo do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo - Prodetur Nacional Bahia.

Para além da atualização de dados e indicadores estatísticos e do recorte estratégico, cuja área de abrangência limita-se aos municípios que compõem a zona turística Baía de Todos-os-Santos, este Plano tem como base estratégica planos, pesquisas e estudos sobre turismo e afins, que contêm avaliações diagnósticas, estratégias e planos de ação realizados na Baía de Todos-os-Santos, nos últimos anos, confirmando a disposição do Governo do Estado da Bahia em eleger a Baía de Todos-os-Santos como uma área prioritária para novos investimentos.

Vale ressaltar que todos os estudos e planos foram construídos de forma participativa e compartilhada, através da realização de audiências públicas, em todas as etapas do processo. Para ajustá-lo às novas políticas de sustentabilidade e a matriz de avaliação do BID, foi elaborado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe o Estudo de Impactos Socioeconômicos do Prodetur Nacional Bahia. Esta versão atualizada do PDITS foi reforçada com a Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Receptivo na Bahia – 2011 (divulgada em março /2012), também elaborada pela Fipe.

O presente documento está estruturado em 10 tópicos, além deste Resumo Executivo. Na contextualização, faz-se uma retrospectiva do turismo na Bahia e uma avaliação das duas fases do Prodetur Nordeste I e II. Na sequência, expõem-se os objetivos do Programa e suas metas operacionais. No capítulo 4, o diagnóstico na área de planejamento é abordado a partir das perspectivas econômica, social, ambiental e de infraestrutura. No capítulo seguinte, o enfoque é no diagnóstico da área turística, com a análise da demanda, da oferta e da demanda e oferta potenciais. O capítulo 6 é dedicado à validação da área, enquanto no tópico seguinte são identificados os pontos fracos e fortes, dentro da Matriz Swot. A estratégia turística da Bahia, bem como a estratégia do Prodetur Nacional Bahia são abordadas no capítulo 8. Nos capítulos 9, 10 e 11, os enfoques são, respectivamente, Análise Institucional, Plano de Ação e Acompanhamento e Avaliação.

Na sequência abaixo, descrevemos os estudos nos quais estão fundamentadas as propostas contidas neste PDITS:

a) Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável para o Polo Salvador e Entorno - PDITS

Este documento foi apresentado pelo Estado da Bahia ao MTur e BID, em 2002, para financiamento das ações contidas no Prodetur/NE II. Foi elaborado pela equipe da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que, com base nas exigências e recomendações do Termo de Referência, produzido pelo BID, propôs a sua estruturação em sete grandes tópicos: Avaliação do Prodetur/NE I; Diagnóstico da área de planejamento; Matriz

SWOT; Estratégias de desenvolvimento turístico; Quadros prospectivos; Planos de ação; e Participação da comunidade. O estudo chegou às seguintes conclusões:

- Os investimentos realizados entre 1992 e 2002 pelo Governo do Estado, através de recursos próprios, do Prodetur/NE I e de outras fontes de recursos, tiveram sua origem em um planejamento estratégico que identificou prioridades para o desenvolvimento do turismo no Polo Salvador e Entorno que contemplava duas zonas turísticas (Costa dos Coqueiros, com 7 municípios, e Baía de Todos-os-Santos, com 13 municípios).
- Dois pontos foram extremamente prioritários: a proteção ao patrimônio histórico-cultural e a melhoria da infraestrutura de saneamento, também em busca de uma melhor utilização dos recursos naturais.
- Para que este crescimento continue de maneira efetiva e sustentável, há uma urgente necessidade de: (a) promover um turismo que focalize a diferenciação, auferindo maior receita por turistas em detrimento do número total de visitantes; e (b) aumentar o associativismo entre os agentes econômicos ligados às atividades turísticas, para evitar que o aumento de fluxo seja maior que o aumento de receita.
- A continuidade das ações deve ocorrer, percebendo-se especial atenção à implementação de ações em diferentes localidades, permitindo a descentralização do fluxo para um maior número de localidades.
- A participação da comunidade (sociedade civil, empresariado e poder público local) na discussão dos planos e da implementação das ações deve continuar sendo estimulada, permitindo maior envolvimento desses setores no processo de desenvolvimento turístico, garantindo a valorização e o crescimento do destino. Cabe informar que interações com a comunidade foram realizadas de forma pontual, realizadas em reuniões focais e distribuídas durante cinco momentos distintos:
- Nesta etapa do Prodetur/NE, deve ser feito um esforço para a complementação das ações já iniciadas, e a atenção deve ser focada na questão ambiental e ainda na valorização dos recursos histórico-artísticos naturais.
- Para tanto, os problemas que ainda se encontram na região devem ser considerados: saneamento básico insuficiente, disposição inadequada de resíduos sólidos, deterioração do patrimônio e falta de conscientização da população local no que diz respeito à valorização dos recursos naturais, históricos e culturais, além do melhor preparo das comunidades para o exercício da atividade turística.

b) Programa para a Integração da Cultura e Turismo na Bahia

Este estudo de 2007 foi patrocinado pelo BID (BR-T1038; ATN/JC-10081-BR) sobre a estrutura para o fortalecimento das ligações existentes entre a identidade e a herança cultural da Bahia e a indústria do turismo no Estado, com vistas a propiciar o desenvolvimento da indústria cultural na Bahia, cuja área pesquisada focou a Baía de Todos-os-Santos, composta por 14 municípios, incluindo Salvador. O documento apresenta a seguinte conclusão:

- Apesar das ações que remontam a 1991, constata-se que boa parte dos monumentos no Centro Antigo de Salvador está em condições de conservação que põem em risco sua existência e que o modelo de ocupação da área está em crise.
- A inclusão das comunidades locais no processo de preservação e conservação do patrimônio é uma das soluções recomendadas. A comunidade zelaria pela conservação do patrimônio. Os órgãos mantenedores seriam responsáveis pela coordenação, gerenciamento de informações e projetos de recuperação, sendo a gestão patrimônio exercida de forma compartilhada. Para tanto, a comunidade precisa adquirir consciência da importância e valor do patrimônio e da história

locais. O estudo foi baseado nas entrevistas pessoais e no grupo focal, organizados pelos consultores com os *stakeholders* públicos e privados;

- A despeito dos resultados, em geral fracos, experimentados de aproveitamento do patrimônio como atração urbana e elemento de valorização mobiliária, seu desenvolvimento e execução imprimiram algumas mudanças na prática de preservação, num aspecto importante. As ações de formulação, coordenação e execução de programas e projetos de revitalização, requalificação e reabilitação do patrimônio não foram realizadas pelos organismos ou instituições existentes nas distintas esferas do poder público.
- As intervenções realizadas não se constituíram, portanto, ações tradicionais de preservação, mas intervenções de outra ordem, que podem ser definidas como operações estratégicas no âmbito da economia, do desenvolvimento urbano e da comunicação social.
- Um aspecto fundamental são as ações educativas de formação cultural que não foram devidamente consideradas nas intervenções, até o momento.
- As ações de intervenção devem ser acompanhadas e monitoradas de perto, com vistas à diminuição dos indicadores sociais relacionados ao tráfico de drogas, mendicância e marginalidade. O sucesso da complementação da recuperação dessa área de Salvador, inclusive com a ampliação da área de intervenção, depende de um constante trabalho com a comunidade local, de modo que esta possa inserir-se como agente e não como vítima do processo. Assim como do patrimônio histórico, a atratividade turística do local depende fundamentalmente da comunidade residente e sua coesão.
- Propõe-se que as urbanizações necessárias nas cidades ou distritos de Salvador e outros municípios da Baía de Todos-os-Santos, BTS, possam disciplinar, ordenar e qualificar os espaços, minimizando os impactos no meio ambiente natural, considerando as transformações provocadas nos ecossistemas e geossistemas, diretamente, pela construção de áreas urbanizadas, e indiretamente, pela ação de influência e relações.
- Deve-se considerar que, segundo levantamento do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – Ipac, nos municípios do Polo Salvador e Entorno existem mais de 350 monumentos de importância histórica. No entanto, somente cerca de 140 monumentos são oficialmente tombados. Esses tombamentos são essenciais, para garantir a preservação do Centro Histórico de Salvador, que é o maior Conjunto Arquitetônico Barroco da América Latina, Patrimônio da Humanidade, garantindo assim um lastro histórico para a formatação do turismo cultural no Centro Antigo de Salvador.

c) Plano Estratégico do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos

Financiado pelo MTur como plano-piloto para o desenvolvimento do turismo náutico no Brasil, o documento foi elaborado, em 2009, pela Fundação Escola de Administração – Fea, órgão vinculado à Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com a supervisão técnica da Setur, e cujo objetivo é o de identificar, dimensionar e analisar as potencialidades dos recursos naturais, ambientais, culturais e sociais da BTS, para o segmento do turismo náutico. Trata-se de um projeto pioneiro, que servirá de referência para a expansão desse segmento turístico em todo o país. O documento final é resultado de um processo participativo, que envolveu atores das esferas municipal, estadual e federal, empresas do setor náutico, *trade* turístico, sociedade civil organizada e comunidades locais (*stakeholders*).

A metodologia aplicada partiu da compreensão de que é no espaço público e social que o indivíduo se desenvolve, busca sua realização e exerce a especificidade da condição humana, através do discurso e da ação, como refere Hannah Arendt (1981).

O trabalho foi dividido em cinco etapas. Na primeira, dedicada ao planejamento, além da definição metodológica, foram identificados, sensibilizados e mobilizados os atores públicos e privados que deveriam ser envolvidos no processo. A segunda etapa foi destinada à realização das reuniões dos grupos focais. Para isso, a BTS foi dividida em quatro microrregiões: Cachoeira, São Félix, Santo Amaro, Maragogipe e Saubara; Itaparica, Salinas da Margarida, Nazaré, Jaguaripe e Vera Cruz; Madre de Deus, São Francisco do Conde e Candeias; e Salvador e Simões Filho.

O relatório final, que se constitui no *Plano Estratégico do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos*, está estruturado em sete capítulos. Após a Introdução, o segundo capítulo aborda a Baía de Todos-os-Santos, os aspectos gerais da sua localização, sua história e sua importância estratégica e política. No terceiro, é feita uma abordagem histórica da relação da BTS com o turismo náutico, observando as potencialidades dos seus recursos e atrativos naturais, culturais e históricos, a oferta de meios de hospedagem, transportes, logística e mão de obra, e a infraestrutura náutica atual. No quarto capítulo, são analisados os aspectos ambientais, sociais e legais da BTS, desde a conjuntura ambiental e da sua capacidade de carga operativa até os parâmetros para o gerenciamento costeiro, passando pela conjuntura social e suas interfaces com a comunidade local, e a conjuntura legal que envolve a BTS e a náutica no Brasil e na Bahia. O setor náutico, com análise da demanda turística, dos mercados emissores e do perfil do turista náutico são analisados no capítulo seguinte, onde também é apresentada uma *Análise SWOT*, com ênfase nos pontos fracos e nas oportunidades da BTS para o segmento do turismo náutico. O sexto capítulo é dedicado ao *Planejamento Estratégico do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos* propriamente dito. Nele são abordadas questões que vão desde a visão e os macro-objetivos do Plano, seus eixos e ações estratégicas, até o levantamento de oportunidades de investimentos privados, sistema de governança, plano de implementação de ações, e o cenário dos próximos 10 anos. No sétimo e último capítulo são sintetizadas as conclusões e a análise do objeto do estudo e das propostas de ações a serem implantadas.

d) Estratégia Turística da Bahia, O Terceiro Salto - 2007-2016

Elaborado pela equipe técnica da Setur, em 2008, para definição da sua estratégia de desenvolvimento no período discriminado, o documento foi atualizado em 2010, com vistas a contemplar os próximos seis anos e planejar as ações de turismo, objetivando a Copa do Mundo da Fifa 2014 e as Olimpíadas de 2016. O documento está estruturado em 10 capítulos, abrangendo desde a contextualização do turismo no Brasil e no mundo até os programas transversais e especiais, passando pelas diretrizes estratégicas das políticas públicas e da promoção e marketing dos destinos turísticos do Estado.

e) Estudo de Avaliação Ambiental Estratégica da Implantação da Indústria Naval e Outros Programas Prioritários de Desenvolvimento da Baía de Todos-os-Santos

Contratado pelo Instituto de Meio Ambiente (IMA), órgão da Secretaria Estadual de Meio Ambiente, em 2010, o estudo tem o propósito de identificar as implicações socioambientais de projetos e atividades desenvolvidas e a serem desenvolvidas na Baía de Todos-os-Santos, explicitando as diretrizes técnicas e exigências legais que levem à viabilização de ações. O documento traz ainda a caracterização detalhada da situação ambiental desse polo turístico e dos seus ativos ambientais incorporados como atrativos turísticos, além de avaliar os impactos ambientais decorrentes de projetos turísticos e anteciper riscos ambientais produzidos pela atividade turística.

f) Pesquisa, Dimensionamento e Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Pesquisa realizada pela Fipe, entre 2008 e 2009, sobre o fluxo turístico no Estado e o perfil do turista de todas as zonas turísticas, além de suas avaliações sobre os atrativos, serviços, equipamentos, produtos e segmentos turísticos.

g) Estudo de Impactos Socioeconômicos Potenciais dos Investimentos do Prodetur Nacional Bahia

Este estudo, elaborado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe, delineia as etapas do estudo de avaliação de impacto dos investimentos no âmbito do Prodetur Bahia, visando subsidiar, com informações objetivas, sob a ótica socioeconômica, o sistema de acompanhamento e controle do Programa.

h) Pesquisa, Dimensionamento e Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Pesquisa realizada pela Fipe, em 2011, sobre o fluxo turístico no Estado e o perfil do turista de todas as zonas turísticas, além de suas avaliações sobre os atrativos, serviços, equipamentos, produtos e segmentos turísticos.

i) Levantamento do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos

Levantamento realizado pela Setur /Suinvest, em 2011, sobre o turismo náutico na Baía de Todos-os-Santos, além de avaliações sobre os atrativos, serviços, equipamentos, produtos e segmentos turísticos.

2 CONTEXTO

Numa visão retrospectiva sobre a trajetória do desenvolvimento do turismo na Bahia, percebe-se que a vocação para o turismo no Estado foi identificada a partir dos anos 30. Desde aquela época, até os dias atuais, é possível dividir esse processo em três grandes períodos, também denominados de saltos. O 1º Salto se iniciou na década de 1930, época em que se passou a perceber que a Bahia contava com atributos socioculturais e naturais que eram propagados por artistas e escritores, como Dorival Caymmi, Ari Barroso, Carmen Miranda, Jorge Amado, dentre outros. Com isso, já se formava uma imagem de lugar detentor de identidade cultural própria que, a partir dos anos 1950, motivou o poder público municipal da capital, Salvador, a institucionalizar o turismo, criando elementos de gestão pública, como a Taxa Municipal de Turismo, o Conselho de Turismo da Cidade do Salvador, a Superintendência de Turismo da Cidade do Salvador (Sutursa), tendo também elaborado o primeiro Plano Municipal de Turismo.

Na mesma época, o governo estadual decidiu estimular a implantação de hotéis de melhor padrão de qualidade em Salvador (o Hotel da Bahia) e nas duas principais estâncias hidrominerais (Itaparica e Cipó). Nos anos 1960, a principal medida foi a fundação da empresa Hotéis de Turismo da Bahia S.A (Bahiatursa), em 1968, que iniciou suas atividades administrando os hotéis pertencentes ao Estado.

No começo dos anos 1970, a Bahiatursa passou a se chamar Empresa de Turismo da Bahia S.A, com a missão de elaborar e executar a política estadual de turismo da Bahia. Do começo dos anos 1970 até 1990, merecem destaque algumas ações de planejamento e implementação da política estadual de turismo, como a elaboração do Plano de Turismo do Recôncavo, o estabelecimento de parcerias com a Embratur, visando à construção de hotéis e pousadas, e a implantação do Centro de Convenções da Bahia, além de ações integradas de promoção da Bahia no Brasil e no exterior. Nessa mesma época, foi lançada a campanha promocional *Bahia – Terra da Felicidade*, e o Estado começou a realizar articulações para captação de voos internacionais.

A participação da Bahia nas principais feiras internacionais de turismo e a interiorização do turismo de forma planejada, com o Programa *Caminhos da Bahia*, foram ações realizadas nos anos 1980, que serviram de base para consolidação da Bahia entre os principais destinos turísticos do Brasil.

O 2º Salto do Turismo na Bahia teve início em 1991, quando o Estado passou a adotar o novo pensamento mundial para o desenvolvimento do turismo – o conceito de turismo sustentável – e começou o Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (Prodetur), integrado ao Prodetur Nordeste I, programa de âmbito federal, destinado ao desenvolvimento turístico dos estados do Nordeste. Com isso, foi adotada a divisão regional em zonas turísticas e estabelecidas bases para integração do turismo com o patrimônio natural e cultural local, o que credenciou a Bahia a obter, em 1994, o primeiro financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para implantação de infraestrutura pública nessas regiões.

Nessa mesma época, o Estado deu início à recuperação do Pelourinho e, em 1995, criou a Secretaria da Cultura e Turismo, ampliando a importância do turismo na estrutura governamental. Paralelamente, realizaram-se ações de incremento dos investimentos privados, organizando o serviço de orientação empresarial e atração de investimentos para as zonas turísticas estruturadas durante o Prodetur/NE I.

No início dos anos 2000, o Estado produziu um novo planejamento estratégico do turismo, habilitando assim a Bahia para o Prodetur/NE II. Nessa época, foram identificadas novas zonas turísticas, constituídos os Conselhos Regionais de Turismo e o Fórum Estadual de Turismo, além de terem sido incorporadas iniciativas de parceria com o setor privado, através do apoio à formação de *clusters* regionais de turismo.

Nesse segundo ciclo de crescimento do turismo, quatro elementos principais posicionaram a Bahia dentre os principais destinos turísticos do Brasil em condições de competir no mercado nacional e internacional: a ampliação e melhoria da infraestrutura pública (aeroportos, rodovias, serviços públicos); o crescimento da rede de serviços turísticos em quase todas as regiões prioritárias (resorts, hotéis, pousadas, operadores, receptivos, transportes, gastronomia); a diversificação da oferta de atrativos naturais e culturais agregados ao turismo de sol e praia; e a fortíssima ação de promoção do destino Bahia nos principais mercados emissores nacionais e internacionais.

O que se observa, no presente, é a existência de 27 principais destinos turísticos baianos em venda no mercado nacional, e uma dezena desses no mercado internacional; uma maior diversificação de produtos associados a diversas segmentações (sol e praia, cultural, ecoturismo, eventos, náutico, golfe, rural, aventura, dentre outros); uma rede de serviços mais qualificada e uma marca de destino em processo de consolidação no mercado.

Apesar dos avanços conquistados, o setor de turismo na Bahia ainda enfrenta grandes obstáculos ao seu desenvolvimento, a exemplo da infraestrutura pública ainda insuficiente para atender ao crescimento do turismo nas diversas regiões prioritárias; mão de obra carente de qualificação para atender a uma demanda cada vez mais exigente; necessidade de ampliação e diversificação de segmentos motivadores de mercado; necessidade de intensificação de ações de captação e regularização de voos regionais, nacionais e internacionais; necessidade de ações de promoção voltadas para a atração; e regularização de fluxos turísticos nacionais e internacionais.

Ao lado desses fatores restritivos, observa-se que este setor, na Bahia, ainda não tem revertido para todas as localidades turísticas e seu entorno o efeito de multiplicador sobre as economias locais, tornando-se, em alguns casos, uma atividade importadora de bens e serviços, o que resulta em baixa captura dos gastos dos turistas e das empresas de turismo.

O ano de 2007 foi marcado pelo início de uma nova fase, que denominamos 3º Salto do Turismo na Bahia. Quando o governador Jaques Wagner assumiu o governo da Bahia reafirmou em seu programa de governo a importância do turismo para o desenvolvimento socioeconômico do Estado. A medida mais significativa foi o desmembramento da Secretaria da Cultura e Turismo em duas secretarias distintas - a Secretaria de Turismo (Setur) e a Secretaria de Cultura (Secult). Com a criação da Setur, as atividades inerentes ao Estado, relativas à formulação, implementação de políticas e macro planejamento foram assumidas pela nova Secretaria, ao tempo em que a Bahiatursa foi reestruturada para exercer, prioritariamente, o papel de promotora do turismo da Bahia, em nível nacional e internacional. Pela primeira vez o turismo do Estado passou a ser gerido por instâncias exclusivamente voltadas para a atividade.

Outra decisão importante desse período foi o alinhamento e a maior integração com as ações do Ministério do Turismo (MTur), colocando em prática na Bahia as recomendações do Plano Nacional de Turismo (PNT) para o período 2007-2010 e

voltando a obter recursos federais para o setor, que haviam sido muito raros nos anos anteriores, à exceção do Prodetur.

Entre 2007 e 2010, novos serviços e novos produtos foram lançados ou desenvolvidos com maior exigência profissional, como o Turismo Étnico-Afro, em Salvador e entorno da Baía de Todos-os-Santos; o Enoturismo, no Vale do São Francisco; o São João da Bahia; o Turismo de Golfe; e o Turismo Rural. Novos serviços como o Disque Bahia Turismo (Trilingue, 24 horas); os Serviços de Atendimento ao Turista (SATs); e o projeto de receptivo especial *Guias e Monitores do Carnaval*. Algumas regiões turísticas estão sendo priorizadas, com destaque especial para a Baía de Todos-os-Santos que, além da capital, Salvador, principal destino turístico do Estado, conta com um imenso potencial inexplorado para diversos segmentos de turismo, sobretudo o náutico.

Por tudo isso, espera-se que na continuidade desse terceiro ciclo de desenvolvimento do turismo, a Bahia converta-se em um destino capaz de avançar nos seguintes aspectos: qualidade de produtos e serviços, inovação e diversificação da oferta turística estadual e inserção econômica das comunidades dessas regiões turísticas.

Especificamente em relação à participação da Bahia no Prodetur Nacional, a Setur estabeleceu inicialmente, como prioridade, a zona turística Baía de Todos-os-Santos que, apesar de ter sido uma das primeiras regiões delimitadas no zoneamento turístico, ainda permanece subaproveitada em face de suas potencialidades. Esta região possui características ambientais e culturais que a credenciam a desenvolver alguns dos segmentos prioritários definidos pelo Ministério do Turismo, destacando-se o turismo náutico, o cultural, o ecoturismo e o esportivo, além do turismo de sol e praia.

O segmento do turismo náutico assume aqui importância estratégica. Como uma das mais importantes e navegáveis baías do mundo, a Baía de Todos-os-Santos reúne as condições naturais adequadas para o seu desenvolvimento, com águas abrigadas, de temperatura na casa dos 25°C. As correntes marítimas também a favorecem, traçando um curso natural do hemisfério norte até a Baía de Todos-os-Santos.

A região possui ainda uma enorme diversidade de fauna e flora, inclusive com remanescentes de Mata Atlântica nativa. A história da Baía de Todos-os-Santos confunde-se com a própria história do Brasil, que começou na Bahia, teve grandes momentos na BTS, deixando de herança um diversificado patrimônio cultural, material e imaterial, construído por brancos, índios e negros que se misturavam na região.

Os principais obstáculos ao pleno desenvolvimento do turismo nessa região ainda dizem respeito às necessidades de infraestrutura pública, fortalecimento da governança para o turismo, proteção do patrimônio natural e cultural, qualificação profissional e empresarial e desenvolvimento de produtos turísticos voltados para os diversos segmentos, cuja vocação mostra-se evidente.

Na Bahia, o setor de serviços vem adquirindo um papel cada vez mais importante, principalmente nos centros urbanos, que concentram os maiores contingentes populacionais. Atualmente, segundo dados da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), no ano de 2007 este setor representou mais da metade (60,1%) da atividade econômica do Estado. Apresenta ainda grande diversidade e caracteriza-se, em geral, pela elevada capacidade de absorção de mão de obra. Alguns serviços, como alojamento, alimentação e produção de entretenimento e cultura, integrantes das atividades características do turismo, além

de outros como transportes, aluguel de imóveis e serviços pessoais, têm se destacado dentre os resultados crescentes no Estado.

No Polo Baía de Todos-os-Santos a presença do setor terciário é marcante, alavancado principalmente pela cidade de Salvador, capital do Estado, cuja área é detentora de uma economia ativa da qual os serviços desempenham papel de destaque na geração de trabalho e renda.

Em que pese esse potencial para a atividade náutica e para o turismo cultural, grande parte da produção econômica ainda permanece concentrada na capital, sendo reconhecida pelo Governo do Estado a necessidade de promover a desconcentração espacial das atividades econômicas, assim como a busca de alternativas de diversificação de sua base produtiva.

No âmbito da administração pública estadual, o turismo está inserido na Diretriz Estratégica III - Dinamizar o Turismo e os Serviços Superiores Geradores de Emprego e Renda, e da Diretriz Estratégica Territorial II - Consolidar a RMS como Polo Metropolitano de Serviços, no documento de planejamento estratégico: *Resgatando o Planejamento Estratégico da Bahia: 2008 - 2028: Um Futuro para Todos Nós*.

O objetivo expresso através da Diretriz Estratégica III “é elevar a participação do turismo no Produto Interno Bruto - PIB estadual, tornando-o um forte gerador de emprego e renda para a população, principalmente na RMS, que tem apresentado, sistematicamente, elevadas taxas de desemprego aberto” e, embora o turismo ainda apresente pouco dinamismo, à exceção de Salvador, enxerga-se o grande potencial existente nos demais municípios da BTS.

Segundo o documento, “o Estado deverá buscar a elevação da participação do setor no PIB estadual, aproveitando a demanda em segmentos específicos, como os de eventos e negócios, cultural, histórico, étnico, natureza, náutico ou costeiro, e estímulo para novos polos e destinos” a partir da implementação das seguintes propostas estratégicas:

- Fortalecimento da economia do turismo;
- Recuperação, fortalecimento e ampliação da infraestrutura turística;
- Capacitação empresarial e profissional do setor de turismo;
- Expansão e qualificação de serviços de hotelaria segmentados;
- Mobilização e captação externa de turismo; e
- Desenvolvimento do turismo receptivo.

Com essa diretriz, o Governo pretende explorar todo o potencial produtivo da BTS, a saber: produção, navegação, pesca de linha e submarina, turismo, ilhas, estuários e a indústria náutica, entendendo esta região como extensão do espaço produtivo de Salvador, a principal cidade às suas margens, com condições de polarizar suas águas e os demais núcleos urbanos em seu entorno (Secretaria de Planejamento - Seplan, 2008).

Será também apoiada a criação, ampliação e melhoria das ações e espaços voltados ao esporte e lazer, a partir do incentivo à prática de atividades que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população, bem como do estímulo ao esporte profissional, promovendo a inclusão social através do esporte. Prioridade será dada também ao esporte náutico na Baía de Todos-os-Santos. A RMS será também porta de entrada do Portal Nacional e

Internacional de articulação com a economia global de cabotagem e com o interior do continente sul-americano (Seplan, 2008).

No caso específico do turismo, a tendência de organização em redes de empresas, característica marcante do setor terciário, tem sido fundamental para elevar a oferta de empregos, assim como a sua produtividade e competitividade. Nesse contexto, não resta dúvida que na Bahia o setor de turismo destaca-se por apresentar um desempenho crescente e continuado, especialmente após a implantação do Programa de Desenvolvimento Turístico na Bahia - Prodetur, iniciado nos anos 90.

Devido à ausência no Brasil, e também na Bahia, de uma aferição mais precisa como o Sistema de Conta Satélite, a Fipe estima que a participação da atividade turística no PIB/Bahia é de aproximadamente 7,5 %, o que coloca o estado na 2ª posição do ranking nacional.

Tendo em vista a existência de cerca de 18.400 quartos hoteleiros no polo Baía de Todos-os-Santos e considerando a estimativa adotada nos estudos do Prodetur-Ba, de que cada quarto hoteleiro gera 1,5 emprego no setor de turismo (hotel + atividades correlatas), estima-se que 72.753 empregos estejam diretamente relacionados ao turismo nessa região, segundo a pesquisa da SEI “Estoque de Emprego Formal Subsetores Serviços Municípios, 2010”.

Em 2011, o Aeroporto Internacional de Salvador registrou um movimento geral de cerca de 7,1 milhões de passageiros nacionais e internacionais. Atualmente existem 19 frequências semanais de voos internacionais regulares diretos para Salvador, oriundos da Europa, Estados Unidos e Argentina. Há ainda uma oferta variável de voos charter que, habitualmente, são programados para Salvador. Em 2011, mais de 178 mil estrangeiros desembarcaram diretamente no aeroporto internacional. Vale lembrar que a capital baiana está a uma distância média de 07 a 10 horas de voo para os principais países emissores de turistas oriundos da Europa e América do Norte.

Tratando-se de turismo náutico, importante componente de atratividade do Polo Baía de Todos-os-Santos, não se poderia deixar de mencionar o crescente fluxo de cruzeiros para o Porto de Salvador, que, cada vez mais, consolida-se na rota de cruzeiros marítimos nacionais e internacionais. O movimento vem crescendo a cada ano, entre os meses de outubro a março, período de temporada dos cruzeiros no litoral brasileiro, tendo alcançado, na temporada 2010/2011, o número de 135 ancoragens e um total de 221.736 passageiros.

Neste contexto, o Governo da Bahia, através da Secretaria de Turismo – Setur e com base nos diversos estudos, planos e pesquisas realizados nos últimos anos, reafirma o interesse em desenvolver e consolidar o destino Baía de Todos-os-Santos.

Para tanto, resolveu elaborar este Planejamento Estratégico Integrado do Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos, reunindo as proposições validadas em um único documento embasado nos segmentos náutico e cultural, que representam os principais ativos deste polo.

2.1 PRODETUR NORDESTE I E II

Na estratégia de desenvolvimento do turismo na Bahia, o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur Nordeste) foi de fundamental importância para o reposicionamento do Estado no ranking turístico nacional. O programa foi executado na Bahia, em duas fases denominadas de Prodetur Nordeste I

e Prodetur Nordeste II, ambas financiadas com recursos do BID e contrapartidas do Governo do Estado da Bahia e do MTur.

O primeiro foi iniciado em 1995 e concluído 10 anos depois. O segundo, que começou em 2005, está em fase final de execução. As duas etapas do programa disponibilizaram crédito para o setor público através de recursos do BID, contando com o Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB) no papel de órgão mutuário e co-executor, e, desta forma, responsável pela coordenação das ações previstas.

Na avaliação da sua primeira fase, observou-se que, apesar de apresentar resultados exitosos, o programa necessitava de reformulação, com vistas a minimizar impactos ambientais negativos, melhorar o processo de planejamento e de execução, com maior participação dos municípios e das comunidades locais.

Se na primeira fase o foco dos investimentos teve como objetivo reduzir o déficit da infraestrutura turística no Estado e na região Nordeste, o marco conceitual da segunda Etapa, o Prodetur/NE-II, incorporou novos mecanismos, destacando-se:

- Participação popular através dos Conselhos de Turismo e realização de audiências públicas para discussão dos projetos;
- Subcomponentes para fortalecimento institucional de municípios – voltados para o fortalecimento da capacidade de gerenciamento administrativo, fiscal, ambiental, cultural e de turismo;
- Subcomponentes para a capacitação profissional e empresarial – direcionados para a melhoria da qualidade dos serviços turísticos.

Esses novos mecanismos, apesar de terem sido importantes para o alcance dos resultados pretendidos, resultaram em um programa de maior complexidade de execução, fato que repercutiu no cumprimento dos prazos, inicialmente previstos para conclusão das ações.

Portanto, a segunda fase do programa foi desenhada com o objetivo de consolidar, completar e complementar a primeira fase, financiando as ações necessárias à sustentabilidade da atividade turística nas áreas já beneficiadas, ou que sofreram impacto com os investimentos da primeira fase.

Além disso, o Prodetur/NE II alinhou-se às diretrizes do Plano Nacional de Turismo. Deste modo, o Ministério do Turismo passou também a participar da coordenação do programa juntamente com o BNB, inclusive integrando o Prodetur com os demais programas regionais de desenvolvimento do turismo e de participar do seu processo de planejamento e execução. O documento que dá origem à contratação do financiamento é o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, cuja orientação e análise foram realizadas por um grupo técnico formado por representantes do BNB e do MTur.

O programa prevê também contrapartida local, que pode ser aportada pelos governos federal, estadual e municipal, bem como pelo setor privado, e teve os seus preparativos iniciados em 1999, a partir da avaliação dos resultados da primeira fase, elaborada em 2001, culminando com a assinatura do Contrato de Empréstimo nº 1392/OC-BR, em 27/09/2002.

O objetivo geral do programa teve como finalidade melhorar a qualidade de vida da população residente nos polos turísticos situados nos estados participantes. Os

objetivos específicos do programa consistem em aumentar as receitas provenientes da atividade turística e melhorar a capacidade de gestão das mesmas por parte dos estados e municípios.

2.1.1 Ações do Prodetur/NE - I

Os investimentos realizados na Baía de Todos-os-Santos com recursos do Prodetur/NE I estão listados na tabela abaixo. Nota-se que, neste polo turístico, 93% desse volume de investimentos foram utilizados na ampliação do aeroporto de Salvador. Também merece destaque a prioridade que se deu ao patrimônio histórico na capital baiana, o que confirma as vocações e tendências do turismo histórico na região.

TABELA 1
INVESTIMENTOS DO PRODETUR/NE I NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Investimento	Setor de Investimento	Investimento em US\$	
		Previsto	Realizado
Recuperação da Igreja do Bonfim – Salvador	Recuperação patrimônio histórico	850.000,00	1.181.000,00
Quarteirão Cultural / Praça das Artes – Salvador	Recuperação patrimônio histórico	4.883.000,00	5.323.000,00
Recuperação do Centro Antigo de Salvador - 6ª etapa - Praça da Sé	Recuperação patrimônio histórico	1.461.000,00	1.461.000,00
Recuperação do Centro Antigo de Salvador - 6ª etapa -Sede do Ipac	Recuperação patrimônio histórico	277.000,00	277.000,00
Ampliação do Aeroporto Internacional de Salvador	Infraestrutura	95.000.000,00	95.000.000,00
Total Baía de Todos-os-Santos	-	102.471.000,00	103.242.000,00

Fonte: SUINVEST, Abril-2003

Em dois projetos, observam-se diferenças entre os valores de investimentos previstos e os valores efetivamente realizados. No caso do projeto de Recuperação da Igreja do Bonfim e do Quarteirão Cultural / Praças das Artes, as estimativas foram realizadas em 1997. No momento da contratação das obras, no entanto, foram verificadas necessidades de intervenção que não puderam ser identificadas anteriormente. Segundo os técnicos responsáveis, isso é comum em projetos de recuperação de patrimônio histórico, nos quais, frequentemente, ocorrem situações imprevisíveis, com necessidade de ajustes nos projetos.

Os investimentos realizados através do Prodetur/NE I em recuperação do patrimônio histórico-cultural apresentaram sensíveis respostas por parte dos cidadãos de Salvador e dos turistas. A revitalização do Centro Histórico de Salvador pode ser considerada um sucesso, dado o seu estado de conservação antes das intervenções e seu valor cultural na identidade da cidade de Salvador. O CH exerce importante papel dentro do contexto do turismo de Salvador, sendo um dos atrativos mais admirados pelos turistas, complementando os atrativos já recuperados ou em processo de recuperação dessa região.

Ainda na avaliação das intervenções em patrimônio histórico, observa-se que o fluxo turístico atraído é responsável pela demanda de grande parte dos estabelecimentos comerciais existentes tanto no Pelourinho quanto nas proximidades da Igreja do Bonfim. Esses estabelecimentos, em grande parte, também são representativos do patrimônio e, dado a receita proveniente do fluxo, têm condições de mantê-lo

conservado. Ressalta-se ainda que as cercanias da Igreja do Bonfim também vêm sendo incluídas nos roteiros dos visitantes.

A ampliação do Aeroporto Internacional de Salvador foi outra ação financiada pelo Prodetur/NE I neste polo turístico. O processo de reforma e ampliação teve início em junho de 1998 e foi concluído em três etapas. A fase inicial do projeto terminou em 1999 com a construção do acesso viário ao aeroporto. Na segunda etapa, houve a ampliação das pistas e do pátio, construção do terminal de cargas (4.780 m²), de 11 pontes de embarque e do edifício-garagem, com capacidade para 1.400 veículos. A última etapa foi concluída com a ampliação do terminal de passageiros, das posições de *check-in*, ampliação das áreas de embarque e desembarque e ampliação da área de lojas.

O crescimento substancial do fluxo de passageiros, 7,1 milhões de passageiros em 2011, é um dado relevante para avaliações sobre essa ação. O aeroporto de Salvador é, atualmente, o de maior fluxo do Nordeste e o quinto do Brasil. Conta com 160.000 m² no seu terminal de passageiros e espaço para atender, simultaneamente, 20 aeronaves de médio e grande porte. Essa estrutura já ultrapassou o seu limite operacional previsto na sua fase de implantação (1998) em 6 milhões de passageiros/ano, encontrando-se atualmente em fase de estudos ambientais e de engenharia para uma nova ampliação, incluído no PAC do Governo Federal.

Além dos investimentos citados, vale ressaltar que foram realizados, a partir de 1996, importantes investimentos no desenvolvimento institucional da Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia e outros órgãos estaduais executores do programa. As ações dos subcomponentes de capacitação e planejamento contemplaram as seguintes áreas:

- Qualificação da equipe técnica da UEE, Bahiatursa e dos órgãos executores;
- Sensibilização e mobilização do grupo acima referido para uma atitude responsável de ações articuladas;
- Mobilização dos parceiros envolvidos localmente (prefeituras, empresários, ONGs e sociedade civil) para a construção de um modelo de gestão participativa;
- Fomento e articulação de ações das entidades de educação para o turismo, através do Fórum de Estudos Avançados para o Turismo – Feat.

Os técnicos da antiga SCT - Sudetur (agora Suinvest) / Bahiatursa e representantes dos órgãos executores participaram de atividades de capacitação, como oficinas, treinamentos, cursos de especialização e pós-graduação (mestrado e doutorado). Isso permitiu que estivessem preparados para a condução do processo de desenvolvimento do turismo nas áreas de intervenção do programa. Também foram adquiridos equipamentos que contribuíram para o incremento da produtividade da UEE e dos órgãos executores. No caso da Embasa e do CRA (hoje IMA), que fazem parte dos órgãos executores do programa, as ações de desenvolvimento institucional ocorreram tanto nas sedes, localizadas em Salvador, como nos diversos escritórios regionais localizados nas principais zonas turísticas do Estado da Bahia.

2.1.2 Ações do Prodetur /NE – II

Na Bahia, o contrato de financiamento do Prodetur/NE II totalizou US\$ 39.000.000,00, consolidado em três contratos: o 1º contrato no montante de US\$ 10.000.000,00, assinado em 22/12/2004, o 2º contrato no montante de US\$ 14.000.000,00, em 02/01/2006 e o 3º contrato no montante de US\$ 15.000.000,00, assinado em

12/06/2006; o Estado assumiu de contrapartida o valor total de US\$ 41.700.000,00, e a União o valor total de US\$ 31.700.000,00, o que totaliza US\$ 112.400.000,00, valor superior àquele exigido pelo programa.

Os principais problemas do Prodetur/NE II, e causa de atrasos no cronograma de sua implementação, são os seguintes

- a) Necessidade de adotar previamente as medidas necessárias para a mitigação dos passivos ambientais do Programa Prodetur/NE I;
- b) Aplicar recursos apenas em municípios possuidores de plano diretor municipal;
- c) Para os municípios onde estarão localizadas as infraestruturas, concluir previamente as atividades relativas ao primeiro módulo de treinamento em gestão municipal;
- d) Implantar os Conselhos Municipais de Meio Ambiente;
- e) Se a infraestrutura a ser implantada for de operação e manutenção municipais, o município deve cumprir os critérios e indicadores de gestão fiscal e administrativa.

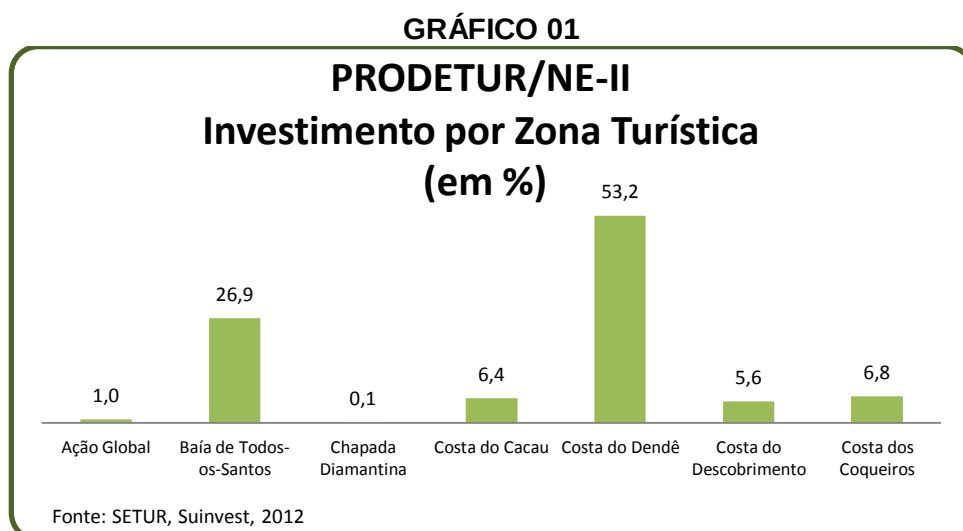
Com relação aos passivos ambientais, ainda na negociação dos contratos de subempréstimo, foram inseridos como prioritários os projetos voltados para a redução/mitigação desses passivos ambientais. Quanto aos requisitos em relação à liberação de obras de titularidade municipal, algumas regras foram revistas a partir da assinatura do 1º aditivo ao Contrato 1392/OC-BR, 16/03/2004. Na esfera institucional, a partir de 2007 intensificaram-se as articulações entre a Diretoria do BNB e os secretários de Turismo estaduais, buscando identificar gargalos e soluções conjuntas para acelerar o ritmo de implementação do programa.

Apesar da flexibilização das condições prévias ao desembolso, o programa não teve o avanço físico e financeiro esperado, pois outro fator contribuiu decisivamente para o atraso do andamento da execução e a redução das metas estabelecidas na matriz de investimentos, que foi a desvalorização cambial do dólar frente ao real. Fato inédito na economia do país, o valor do dólar entrou numa curva decrescente desde a data de assinatura do 1º contrato (R\$2,85) até os dias atuais (R\$1,65), sem perspectiva de mudança dessa tendência. Isto implicou na elaboração de quatro termos aditivos ao 1º contrato, dois aditivos ao 2º contrato e três aditivos ao 3º contrato de subempréstimo, ora para retirar ações por insuficiência de recursos, ora para ajustar valores da contrapartida local.

2.1.3 Desempenho do Prodetur /NE – II na Bahia

O Estado da Bahia concluiu o Programa com utilização de 98% do recurso previsto das ações das Matrizes de Investimentos e 100% do comprometimento dos recursos do financiamento e da contrapartida local. Comparando com os demais estados atendidos pelo programa, foi o Estado que apresentou o melhor desempenho quanto à execução física e financeira:

- 45 projetos concluídos de um total de 46 em todo o Estado;
- Aplicados US\$ 38,8 milhões de recursos do financiamento BID em todo Estado;
- Aplicados US\$ 43,2 milhões de contrapartida local em todo o Estado.



As principais ações realizadas no polo BTS envolveram projetos e obras de infraestrutura física, destacando-se:

- As obras de restauração de importantes imóveis localizados no Centro Antigo de Salvador: Palácio Rio Branco, Igreja e Cemitério do Pilar, Igreja do Boqueirão, Casa das 7 Mortes, Igreja de N.Sra. do Rosário dos Pretos, que demandaram investimentos da ordem de R\$ 20,7 milhões de reais;
- A requalificação urbana da Fonte da Bica e do Centro Histórico de Itaparica, onde foram aplicados cerca de R\$ 900 mil reais, concluídas em março de 2011.

Os projetos concluídos no polo BTS totalizam R\$ 45.942.615,91, distribuídos conforme listados na Tabela a seguir:

TABELA 02

INVESTIMENTOS CAPTADOS ATRAVÉS DE FINANCIAMENTO (PRODETUR NE II) - AÇÕES CONCLUÍDAS NO POLO BTS

OBJETO		TOTAL DO INVESTIMENTO (R\$)
1	Recuperação do Palacete Bernardo Martins Catharino - Museu Rodin	6.555.828,38
2	Recuperação da Nova Sede do Ipac - 2ª etapa	2.610.217,83
3	Recuperação do Forte Santo Antônio Além do Carmo	3.443.317,59
4	Recuperação da Casa das Sete Mortes - CHS 6ª etapa	3.135.025,56
5	Recuperação do Palácio Rio Branco - CHS 6ª etapa	7.036.250,05
6	Recuperação da Igreja N. Sra da Conceição do Boqueirão - CHS 6ª etapa	3.034.935,67
7	Execução das Obras de Urbanização Paisagística e Funcional do Centro Histórico de Itaparica e Bica de Itaparica	903.673,88

8	Urbanização do Polo Turístico e Hoteleiro de Armação - 1ª etapa	10.047.777,56
9	Implementação do Proj. de Fort. Instit. do Órgão Gestor do Turismo	1.004.150,86
10	Atualização do projeto de recuperação do Centro Antigo de Salvador - CHS 6ª etapa	714.631,21
11	Recuperação da Igreja e do Cemitério do Pilar	5.176.989,16
12	Recuperação da Igreja de N. S. do Rosário dos Pretos	2.279.818,16
TOTAL		45.942.615,91

FONTE: SETUR / SUINVEST, 2012

A partir de 2007 o ritmo de desembolso dos recursos no âmbito do programa para todo o Estado ocorreu como se observa na tabela abaixo:

TABELA 03
DESEMBOLSOS DO PRODETUR/NE II - PERÍODO 2006 a Dez/2011

Ano Referência	Total Liberado em R\$	U\$
2006	18.715.367,20	-
2007	37.800.874,91	21.600.000,00
2008	43.025.046,48	24.500.000,00
2009	24.347.099,70	14.400.000,00
2010	18.124.414,17	10.661.420,10
2011	9.737.668,35	5.694.542,89
Total desembolsado	151.750.470,81	76.855.962,99

FONTE: SETUR / SUINVEST, 2012

Também estão sendo desenvolvidas ações relacionadas ao treinamento e capacitação profissional e empresarial, planejamento estratégico e campanhas de conscientização sobre o turismo. Essas campanhas são do tipo educativo e objetivam a divulgação dos efeitos do turismo no destino, além de buscar construir uma cultura de hospitalidade junto às populações residentes, o que é inovador no contexto do Prodetur II.

Por outro lado, a estrutura institucional do programa foi delineada visando à integração dos distintos níveis de execução e monitoramento, como o de participação e controle social. Assim, foram constituídos Conselhos nos quatro polos turísticos do Estado e instituído o Fórum Estadual de Turismo, visando apoiar e acompanhar a execução das ações do Prodetur II.

2.1.4 Novos investimentos resultantes do Prodetur /NE – II

Na Baía de Todos-os-Santos, o maior volume de investimentos em empreendimentos de atividade turística deu-se na cidade de Salvador, impulsionado não só pelo investimento do Prodetur I e II, mas também pelo conjunto de ações desenvolvidas

pelo Governo do Estado, como o Programa de Recuperação do Centro Histórico de Salvador e o Programa Bahia Azul. Mais recentemente, a Setur, em parceria com o MTur, concluiu o Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, que, inclusive, já contribuiu para promover a atração de investimentos privados no setor, encontrando-se atualmente em fase de estudos para implantação na região uma empresa fabricante de embarcações de lazer e o complexo turístico na ilha de Cajaíba, município de São Francisco do Conde.

A avaliação das ações de intervenção no turismo no Polo Salvador e Entorno (Baía de Todos-os-Santos e Costa dos Coqueiros), considerando as financiadas pelo Prodetur/NE e por outras fontes captadas pelo Governo do Estado, permitiram que o fluxo de turistas, além do número de meios de hospedagem, crescesse intensamente nos últimos anos. Entretanto, a renda gerada pelo gasto no destino e o número de empregos não acompanharam essa tendência. Uma rápida análise permite supor que há uma necessidade de promover um turismo que focalize a diferenciação nos temas náutico e cultural, auferindo, desta forma, uma maior receita por turistas. É preciso também fortalecer a cultura do associativismo entre os agentes econômicos ligados ao turismo, bem como a cadeia produtiva ligada à atividade turística no polo.

A continuidade das ações deve ocorrer percebendo-se especial atenção à implementação de ações em diferentes localidades, permitindo a descentralização do fluxo para um maior número de localidades. Os investimentos do Prodetur, no polo BTS, foram destinados, em sua maioria, para a cidade de Salvador, sobretudo para a reforma e modernização do seu aeroporto internacional. Outros municípios também devem receber esses investimentos, inclusive na questão ambiental. Essa descentralização das ações deve ser coordenada, preparando as comunidades para o advento do aumento do fluxo, em termos de capacitação, conservação ambiental, recuperação urbanística e saneamento. A participação da comunidade (sociedade civil, empresariado e poder público local) na discussão dos planos e da implementação das ações deve continuar sendo estimulada, permitindo maior envolvimento desses setores no processo de desenvolvimento turístico, garantindo a valorização e o crescimento do polo BTS.

3 OBJETIVOS

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Polo Baía de Todos-os-Santos é o instrumento de planejamento do turismo em uma área geográfica selecionada, que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo os fundamentos para a definição de ações, as prioridades e a tomada de decisão.

Constitui-se, portanto, no instrumento técnico de gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico. Considerando-se os múltiplos agentes públicos e privados no desenvolvimento das atividades turísticas, e ainda o necessário envolvimento de grupos sociais, este planejamento deve assegurar o alcance de outros objetivos:

- Orientar as autoridades governamentais quanto aos ajustes no marco legal e institucional necessários para facilitar o pleno desenvolvimento do turismo nas áreas prioritárias e quanto aos investimentos que devem ser efetivados;
- Oferecer informações específicas para promover investimentos da iniciativa privada em empreendimentos e produtos turísticos que aproveitem os atrativos dessas áreas;
- Conscientizar as comunidades locais sobre o papel do turismo como indutor do desenvolvimento econômico e gerador de novas oportunidades de trabalho e emprego e melhoria da qualidade de vida.

3.1 OBJETIVO GERAL

A estratégia de formulação deste planejamento, portanto, deve necessariamente:

- (i) Prever a articulação da autoridade responsável pelo desenvolvimento turístico com representantes dos municípios da área, do setor empresarial turístico e de outras instituições cujas funções e decisões digam respeito direta ou indiretamente ao desenvolvimento do turismo e das comunidades afetadas;
- (ii) Contar com a participação de representantes dessas entidades e da sociedade nas diferentes fases de elaboração do plano;
- (iii) Facilitar a comunicação e a troca de informação, o consenso sobre os objetivos do plano e o estabelecimento dos compromissos entre as partes; e
- (iv) Contar com a validação pelo respectivo Conselho de Turismo, e também pelo MTur quando o Planejamento conte com recursos de contrapartida federal.

A elaboração deste plano pressupõe, ainda, uma visão integrada da realidade da área turística sob os aspectos relacionados à cadeia produtiva do turismo (produto e mercado) e à gestão do turismo, além daqueles relacionados aos âmbitos social, econômico e ambiental, e à infraestrutura e serviços básicos (saneamento, energia elétrica, comunicação, acessos e transportes). O Planejamento propõe objetivos, metas e diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística, visando à melhoria da qualidade de vida das populações residentes na BTS, que resultam em um documento com informações necessárias à caracterização da situação atual, identificando seus problemas e oportunidades e definindo estratégias e ações.

A Secretaria de Turismo do Estado da Bahia é a instituição responsável pela elaboração deste Plano do Polo Baía de Todos-os-Santos para receber investimentos do Prodetur Nacional, bem como pela articulação entre os atores na busca do consenso para o estabelecimento de objetivos e compromissos para a sua execução.

Nesse contexto, este PDITS tem como objetivo geral:

Realizar um conjunto integrado de projetos de infraestrutura, fortalecimento da governança local, qualificação profissional e empresarial para o turismo e proteção do patrimônio histórico/cultural/ambiental do Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos, tendo como propósito principal a preparação desta região para o desenvolvimento de diversos segmentos do turismo, em especial o náutico e o cultural, e sua consolidação como destino competitivo no mercado nacional e internacional.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

São objetivos específicos do PDITS da BTS:

- Criar condições infraestruturais para a formatação de produtos turísticos, competitivos no mercado nacional e internacional;
- Desenvolver prioritariamente os segmentos de turismo náutico e cultural, promovendo a descentralização dessa atividade no território deste polo turístico;
- Atrair investimentos privados vinculados diretamente ao turismo, ou integrantes de atividades fornecedoras de produtos e serviços às empresas de turismo;
- Contribuir para a melhoria dos indicadores sociais e de qualidade de vida no Polo Baía de Todos-os-Santos, por meio da estimulação de novas oportunidades de trabalho e renda para a população local;
- Promover a proteção do patrimônio cultural local e sua integração ao desenvolvimento turístico regional.

3.3 OBJETIVOS OPERACIONAIS

Os objetivos operacionais abaixo discriminados correspondem às projeções realizadas para um cenário de futuro moderado, prevendo-se a evolução da Área Turística somente a partir dos investimentos do Prodetur Nacional. Ou seja, neste cenário foram desconsiderados os incrementos previstos com a realização dos megaeventos esportivos programados, como a Copa das Confederações, em 2013, a Copa do Mundo da Fifa, em 2014, e as Olimpíadas, em 2016.

QUADRO 01

PROJEÇÕES DE CENÁRIO DE FUTURO MODERADO PARA A BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Objetivo	Importância	Tempo	Indicadores de avaliação
Aumentar em 10% os gastos dos turistas com passeios e atrações turísticas	Finalística	Longo prazo	Incremento percentual dos gastos dos turistas com passeios e atrações turísticas
Aumentar a taxa de permanência dos turistas domésticos de 7,51 dias para 8,0 dias	Finalística	Longo prazo	Incremento da permanência de turistas nacionais na BTS
Aumentar a taxa de permanência dos turistas internacionais de 13,87 dias para 14,0 dias	Finalística	Longo prazo	Incremento da permanência de turistas estrangeiros na BTS
Aumentar em 3% no GMDI dos turistas domésticos	Finalística	Longo prazo	Incremento do gasto médio
Aumento gradativo do fluxo de turistas atingindo incremento de 1% até 2027	Finalística	Longo prazo	Incremento percentual do fluxo turístico

Fonte: Estudo de Impactos socioeconômicos potenciais dos investimentos do Prodetur Nacional Bahia – Relatório Final – São Paulo, Março/2012 (capítulo 4, cenários – 4.1, premissas dos cenários - página 27)
FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

4 DIAGNÓSTICO DA ÁREA DE PLANEJAMENTO

As ações previstas neste programa serão realizadas nos municípios pertencentes ao Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos. Cabe destacar que essa região abrange 17 municípios turísticos. Desse total, somente 13 são considerados turísticos pelo MTur. Os quatro restantes: Aratuípe, Candeias, Muniz Ferreira e Muritiba são reconhecidos como turísticos apenas pelo Fórum Estadual de Turismo. Por sua vocação para a náutica e por abrigar a Baía, a Marina e o Porto de Aratu, o município de Simões Filho, localizado na Região Metropolitana de Salvador, foi incluído no Planejamento Estratégico do Turismo Náutico na BTS e deve ser beneficiado pelas ações do Prodetur Nacional.

Os mapas a seguir apresentam a localização dessa região no litoral do Estado da Bahia, bem como o detalhamento do conjunto dos 18 municípios que serão beneficiados pelo Programa.

FIGURA 01 – MAPA DAS ZONAS TURÍSTICAS DO ESTADO DA BAHIA

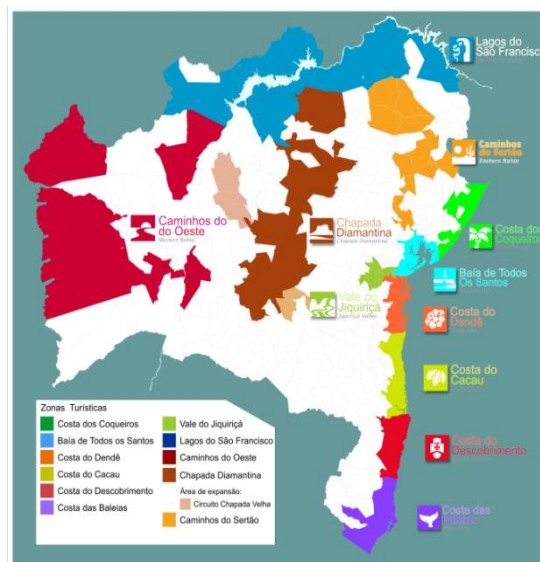


FIGURA 02 – MAPA DA ZONA TURÍSTICA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS



TABELA 04
POPULAÇÃO RESIDENTE NOS MUNICÍPIOS DO POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS
BAHIA, 2000 / 2010

Município	População Total Residente - Censo 2000	População Total Residente – Censo 2010
Aratuípe	8.381	8.599
Cachoeira	30.416	32.026
Candeias	76.783	83.158
Itaparica	18.945	20.725
Jaguaripe	13.422	16.467
Madre de Deus	12.036	17.376
Maragojipe	40.314	42.815
Muniz Ferreira	6.941	7.317
Muritiba	30.644	28.899
Nazaré	26.365	27.274
Salinas da Margarida	10.377	13.456
Salvador	2.443.107	2.675.656
Santo Amaro	58.414	57.800
São Félix	13.699	14.098
São Francisco do Conde	26.282	33.183
Saubara	10.193	11.201
Simões Filho	94.066	118.047
Vera Cruz	29.750	37.567
Total (18 municípios)	2.950.135	3.245.664

Fonte: IBGE/ PNAD Microdados da Amostra e Contagem da População – (2000 – 2010)

O programa beneficiará diretamente as populações locais dos municípios integrantes do Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos, cuja população local atual é de 3,2 milhões de habitantes, conforme tabela 4. Comparando-se os dados disponíveis no

IBGE, relativos ao Censo 2000 e 2010, é possível constatar que houve um incremento significativo de população residente, fato que em si já recomenda uma ação do Estado na ampliação da infraestrutura básica.

Além da população local, este polo turístico recebe anualmente grande contingente de visitantes, sendo que, nos períodos de alta estação, algumas dessas localidades chegam a receber mais do que o dobro de sua população fixa. Assim sendo, a realização desse programa torna-se essencial, pois permitirá melhorar as condições receptivas do Polo Baía de Todos-os-Santos, ao tempo em que contribuirá com a melhoria das condições de vida da população dessa região. Vale destacar que de 2007 até os dias atuais, a BTS tem sido alvo de algumas das ações prioritárias de governo na área de infraestrutura social, a exemplo do Programa de Despoluição da Baía de Todos-os-Santos, que prevê a ampliação e melhoria dos sistemas de esgotamento sanitário e abastecimento de água em 12 municípios, beneficiando mais de 226 mil habitantes da região.

Entre 2007 e 2010, foram realizadas ligações domiciliares de água em 313.337 residências, beneficiando 1.169.806 habitantes, e construídos três sistemas de abastecimento de água e 11 sistemas de esgotamento sanitário, além da construção de três sistemas de saneamento integrado, num investimento total de R\$ 211,5 milhões. No que se refere à energia, foram interligados 1.066 domicílios à rede de distribuição de energia elétrica em área rural, pelo Programa Luz para Todos, em parceria com o Governo Federal, com investimento de R\$ 3,2 milhões.

A recuperação de rodovias também mereceu atenção especial. Foram concluídos os serviços de implantação de capa selante com pó de pedra na BA-868, trecho: BA-001 -Baiaçu, no município de Vera Cruz; e os serviços de recuperação de erosões e do pavimento na BA-882, trecho: BA-001 – Cacha-Prego, no município de Vera Cruz; a obra de infraestrutura viária em Simões Filho, para implantação de serviço de pesagem de carga sem veículos. Foram ainda restaurados 20 quilômetros da rodovia BA-534, trecho BA-001 – Salinas da Margarida e seis quilômetros da rodovia BA-534, trecho de acesso a Conceição de Salinas. Em andamento, encontra-se a recuperação de 7,5 quilômetros da rodovia BA-528, trecho BR-324 – Base Naval de Aratu – BR-528 – CIA.

Atualmente, a Setur e a Conder, em parceria com o MTur, estão executando o projeto de requalificação urbana da Feira de São Joaquim, em Salvador, localizada na borda da Baía de Todos-os-Santos, com investimento da ordem de R\$ 60 milhões, recuperando um patrimônio imaterial da Bahia, onde se encontra representada toda a atividade produtiva, com gêneros da agricultura familiar, pesca, artesanato, dentre outros.

Nos últimos quatro anos, o patrimônio histórico da Baía de Todos-os-Santos foi contemplado com recursos da ordem de R\$ 10 milhões, através do Programa BID / Monumenta, como o município de Cachoeira, onde foram recuperados 05 monumentos e financiados 32 imóveis privados.

Destacamos, também, a requalificação do Centro Antigo de Salvador, por meio do Plano de Reabilitação Sustentável e Participativo. As 14 proposições integrantes do Plano foram discutidas com mais de 600 pessoas, envolvendo um modelo de gestão que contou com a Unesco, organismos federais e estaduais, a sociedade e a prefeitura da capital. O Plano ganhou o Prêmio Caixa Melhores Práticas em Gestão Local.

4.1 DINÂMICA SOCIOECONÔMICA

Para melhor caracterizar a dinâmica socioeconômica da Área de Planejamento, utilizamos os critérios de “indicadores sínteses”, desenvolvidos pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Estes indicadores permitem a obtenção de uma visão geral acerca das condições socioeconômicas da área e do Estado da Bahia, como também ajudam a contextualizar os municípios na região e no Estado. Esses indicadores abordam quatro dimensões:

- **Dimensão Econômica** – analisa os padrões de produtividade;
- **Dimensão Social** – avalia as condições de qualidade de vida;
- **Dimensão Ambiental** – capta a intensidade do uso dos recursos naturais e as condições de saneamento;
- **Dimensão Demográfica** – analisa o ritmo de crescimento das populações municipais na década de 1990.

Com base nos indicadores criados para cada dimensão, a FGV construiu uma tipologia de municípios ou casos-tipo municipais para o conjunto de municípios brasileiros. Esses casos-tipo formam uma escala em nível nacional, que varia para cada dimensão, do caso-tipo I, a pior situação, até o último caso-tipo, melhor situação.

Também são analisadas informações acerca da “rede urbana” regional, permitindo reconhecer a hierarquia dos municípios no que diz respeito à polarização e à oferta de bens e serviços. A seguir são sumarizadas as conclusões de cada uma das quatro dimensões:

4.1.1 Dimensão Econômica

Esta dimensão apresenta nove casos-tipo, que foram formados a partir de dois indicadores: Receita Tributária *per capita* e Indicador de Desempenho Econômico (IDE), que, por sua vez, é formado por um conjunto de variáveis. Vale destacar que o município de São Francisco do Conde possui um dos maiores PIB *per capita* do Brasil, estimado em 2009, pela SEI, em R\$ 360.815,83. Por outro lado, esta área turística abrange também municípios como Aratuípe e Jaguaripe, cujos PIB *per capita* são de R\$ 3.623,96 e R\$ 3.463,78, respectivamente.

Os municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos foram classificados nos seguintes casos-tipo¹:

- Caso-tipo 9 – “Economias muito produtivas com boa arrecadação local”: São Francisco do Conde;
- Caso-tipo 8 – “Economias produtivas com boa arrecadação local”: Salvador e Candeias
- Caso-tipo 4 – “Economias pouco produtivas com bom esforço arrecadador”: Vera Cruz e Simões Filho;

¹ Não foi possível calcular o IDE do município de Madre de Deus devido à ausência de alguns dos indicadores que compõem o índice; consequentemente, não foi possível classificá-lo na categoria econômica.

- Caso-tipo 3 – “Economias pouco produtivas com arrecadação precária”: Santo Amaro e Saubara;
- Caso-tipo 2 – “Sem oportunidade e sabendo arrecadar”: Itaparica;
- Caso-tipo 1 – “Sem oportunidade e sem arrecadação”: Cachoeira, São Félix, Maragojipe, Nazaré, Jaguaripe, Salinas da Margarida, Muniz Ferreira, Aratuípe e Muritiba.

4.1.2 Dimensão Social

A Dimensão Social trabalha com três indicadores, e sua escala possui 9 casos-tipo. Os indicadores analisados são o coeficiente de mortalidade infantil, o indicador de baixa renda e a mortalidade funcional. Os municípios do Polo BTS foram classificados em 4 casos-tipo:

- Caso-tipo 8 – “Boas Condições Sociais”: Salvador;
- Caso-tipo 6 – “Condições Sociais Regulares”: São Francisco do Conde; Madre de Deus; Santo Amaro; Cachoeira; São Félix; Saubara; Nazaré; Itaparica; Vera Cruz; Salinas da Margarida, Candeias e Simões Filho;
- Caso-tipo 5 – “Condições Sociais Ruins”: Maragojipe; Jaguaripe;
- Caso-tipo 3 – “Oportunidade Zero”: Aratuípe, Muniz Ferreira e Muritiba.

4.1.3 Dimensão Ambiental

Para esta dimensão foram analisados três indicadores (Indicador de Esgoto, Indicador de Lixo, Indicador de Pressão Antrópica – IPA), obtendo-se uma escala de 14 casos-tipo. Os municípios do Polo BTS foram distribuídos da seguinte forma:

- Caso-tipo 6 – “Municípios com Pressão Antrópica muito Alta, com Coleta/Disposição de Lixo e Esgoto Coletado/Tratado em equacionamento”: Salvador, Itaparica e Vera Cruz;
- Caso-tipo 5 – “Municípios com Pressão Antrópica muito Alta Reduzindo a Degradação Urbana e dos Recursos Hídricos”: Madre de Deus, São Félix
- Caso-tipo 4 – “Municípios com Pressão Antrópica muito Alta com Degradação Urbana e dos Recursos Hídricos”: Cachoeira, Saubara, Jaguaripe, Salinas da Margarida, Nazaré, Candeias e Simões Filho
- Caso-tipo 2 – “Municípios com Pressão Antrópica extremamente Alta, Reduzindo a Degradação Urbana e dos Recursos Hídricos”: São Francisco do Conde;
- Caso-tipo 1 – “Municípios com Pressão Antrópica extremamente Alta, com Degradação Urbana e dos Recursos Hídricos”: Santo Amaro, Maragojipe, Aratuípe, Muniz Ferreira e Muritiba.

4.1.4 Dimensão Demográfica

A Dimensão Demográfica trabalha com 10 casos-tipo construídos a partir de dois indicadores. Identificou-se que os municípios do Polo estão distribuídos em seis casos-tipo:

- Caso-tipo 10: “Município de Grande Porte e Dinâmico”: Salvador;
- Caso-tipo 7: “Médios Dinâmicos”: Candeias e Simões Filho
- Caso-tipo 4: “Massa Crescente”: São Francisco do Conde, Madre de Deus, Saubara, Itaparica, Vera Cruz, Salinas da Margarida;
- Caso-tipo 3: “Maioria Silenciosa”: Santo Amaro, Cachoeira, São Félix, Maragojipe, Nazaré, Aratuípe, Muritiba;

- Caso-tipo 2: “Massa Declinante”: Jaguaripe e Muniz Ferreira.

4.2 ANÁLISE DA DINÂMICA ECONÔMICA

Aqui se apresenta uma análise da dinâmica econômica da Bahia com ênfase nos municípios que constituem o Polo Baía de Todos-os-Santos. Os principais pontos abordados estão sumarizados a seguir.

4.2.1 Perfil socioeconômico

Com quase a totalidade de sua população residindo em áreas urbanas, a BTS tem uma dinâmica demográfica interna muito diferenciada, sobretudo entre o núcleo (Salvador) e os municípios periféricos. Salvador, terceira capital mais habitada do país, concentra 81,6% da população regional, embora na primeira metade dos anos 90 tenha havido uma pequena desconcentração em favor da periferia. Com efeito, este é um fenômeno nacional, batizado de “periferização”. Os municípios periféricos têm experimentado um crescimento mais veloz que os núcleos metropolitanos.

No caso da BTS, esse crescimento periférico ocorreu a um ritmo quase três vezes mais rápido que o de Salvador (1,28% a.a.) no período 1991/96, acentuando-se, portanto, em relação à década passada, quando a diferença entre as taxas do núcleo e da periferia era de 1,3 vezes em favor desta. Atualmente, tal dinâmica resultou num incremento periférico de 76.297 pessoas, cerca de 36% do incremento total (212.563 pessoas). Esse crescimento é sustentável, sobretudo, pelas elevadas taxas (acima da média metropolitana) em três dos 13 municípios da região: Vera Cruz, São Francisco do Conde e Itaparica.

Na BTS, o emprego é fundamentalmente na área de serviços e, neste campo, os serviços pessoais têm um papel importante. Só que ele depende essencialmente da distribuição de renda e, como a maioria ganha pouco, a geração de emprego torna-se difícil. Como exemplo, note-se a facilidade com que se abrem e fecham, em bairros, centros comerciais, restaurantes, bares, lanchonetes e salões de beleza.

Só para se ter uma ideia comparativa de pobreza, em Salvador a população de pobres (cujo rendimento nominal mensal *per capita* é de $\frac{1}{4}$ do salário mínimo) chega a 14,6%, enquanto que no Rio de Janeiro é de 5,9% e em São Paulo a taxa é de apenas 5,2%, conforme dados dos Indicadores Sociais Municipais – IBGE 2010. Ainda segundo o IBGE, em 2010, Salvador encontrava-se na 12ª posição do ranking das capitais brasileiras de maior índice de pobreza.

Ainda de acordo com o IBGE 2010, 28,1% dos trabalhadores de Salvador ganham até um salário mínimo. Quando a pesquisa envolve renda superior a um e até cinco salários mínimos, este percentual alcança 30,4% das pessoas economicamente ativas. Acima de 05 salários mínimos esse percentual chega somente a 9,63%. No Estado da Bahia a situação se agrava, pois o percentual de pessoas economicamente ativas chega a 40,68%, 19,9% e 3,34%, respectivamente. Já no Brasil, os dados gerais se assemelham à realidade soteropolitana, apresentando as taxas de 27,78%, 33,3% e 6,41%.

Segundo a Pesquisa de Emprego e Desemprego da Região Metropolitana de Salvador, realizada pelo Dieese em 2011, a taxa de desemprego de homens é de 41,6% e a de mulheres é de 58,4%. Do total de desempregados na capital baiana, 92% são negros e apenas 8% não negros. Outro dado relevante refere-se ao desemprego entre jovens de 18 a 24 anos cujo desemprego alcança uma taxa de

34,1%, e quanto ao percentual de pessoas com mais de 24 anos, este valor chega a 58,1% de desempregados.

4.2.2 Caracterização Econômica do Polo

Os municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos estão distribuídos em Territórios de Identidade, econômica e culturalmente homogêneos, definidos, dentro de um enfoque estratégico, prevendo ações coordenadas a serem implementadas pelas várias secretarias de Estado. Território de Identidade é conceituado como “um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, caracterizado por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade, coesão social, cultural e territorial”. Sendo assim, os municípios do Polo estão distribuídos em três Territórios de Identidade descritos a seguir:

- **Território Metropolitano de Salvador:** Formado pela região Metropolitana de Salvador, caracteriza-se pela presença da indústria química, metalurgia, siderurgia, de plásticos, de bebidas, de fertilizantes, de turismo e cultura. Integram este território os municípios de Salvador, Candeias, Itaparica, Madre de Deus, Salinas da Margarida, Vera Cruz e Simões Filho.
- **Território Recôncavo:** Ênfase na produção agropecuária, cana de açúcar e fumo. Este território tem como principal destaque os municípios de Cachoeira, São Félix, Saubara, Santo Amaro, São Francisco do Conde, Nazaré, Muritiba, Maragogipe e Muniz Ferreira.
- **Território Baixo Sul:** Ênfase na produção agropecuária, dendê e grande vocação para a náutica. Dois municípios da BTS integram este território: Aratuípe e Jaguaripe.

4.2.3 Caracterização Econômica dos Municípios

Os municípios da Baía de Todos-os-Santos têm uma participação de 38% no PIB total do Estado da Bahia, segundo SEI/IBGE-2009, com uma estrutura econômica concentrada no setor terciário (58,8%). A capital do Estado, Salvador, destaca-se como o município de maior porte econômico, concentrando cerca de 24% do PIB total do Estado e 60% do PIB total do Polo. Em um patamar bem inferior aparece o município de São Francisco do Conde, concentrando 8,0% do PIB total do Estado e 22% do PIB total do Polo, e, na sequência, Candeias e Simões Filho, respectivamente com 2,3% e 2,2% do PIB total do Estado e 6,2% e 5,8% do PIB total do Polo.

A análise setorial demonstra que as atividades econômicas estão concentradas em torno de algumas atividades principais. Dentre essas atividades, destacam-se: o setor de serviços, com a maior representatividade para a capital, Salvador, seguido de São Francisco do Conde, Simões Filho e Candeias. No setor industrial, São Francisco do Conde lidera, seguido por Salvador, Candeias e Simões Filho. Já no setor agropecuário, os municípios que aparecem com uma atividade de relevância são Maragogipe, Santo Amaro, Salvador e Cachoeira. A tabela abaixo contém a situação de todos os municípios do Polo:

TABELA 05**PIB MUNICIPAL - VALOR ADICIONADO, PIB E PIB PER CAPITA A PREÇOS CORRENTES, BAHIA 2009**

Municípios	Valor Adicionado (R\$ milhões)			Valor Adicionado APU (R\$ milhões)	Impostos Sobre Produtos (R\$ milhões)	PIB (R\$ milhões)	PIB Per Capita (R\$1,00)
	Agropecuária	Indústria	Serviços (1)				
Bahia	9.374,54	34.820,73	77.221,18	20.519,30	15.658,23	137.074,67	9.364,71
BTS	179,58	13.462,23	30.758,60	4.409,85	7.941,44	52.305,83	
Aratuípe	6,80	2,61	20,96	12,74	1,60	31,97	3.623,96
Cachoeira	14,60	54,21	112,38	42,01	12,52	193,70	5.733,96
Candeias	5,76	1.040,97	1.064,94	165,11	1.113,14	3.224,81	39.471,86
Itaparica	3,25	14,03	78,76	35,01	6,55	102,59	4.933,00
Jaguaripe	13,55	5,86	39,01	24,70	1,97	60,39	3.463,78
Madre de Deus	1,43	52,05	173,75	71,18	19,18	246,41	14.681,99
Maragogipe	32,12	16,88	118,28	67,56	11,13	178,41	4.061,97
Muniz Ferreira	3,55	2,33	18,82	10,66	1,83	26,53	3.666,90
Muritiba	10,77	24,80	83,90	40,53	8,75	128,21	4.619,38
Nazaré	4,13	23,92	97,24	37,04	10,93	136,21	4.966,21
Salinas da Margarida	13,73	6,51	40,07	21,99	2,12	62,43	4.398,11
Salvador	15,95	4.603,40	23.354,08	3.320,79	4.850,80	32.824,23	10.948,50
Santo Amaro	16,03	64,85	189,52	77,57	37,01	307,41	5.265,04
São Félix	8,77	8,09	49,83	23,25	3,52	70,21	4.331,82
S. Francisco do Conde	5,74	6.473,10	3.633,82	179,18	1.324,84	11.437,50	360.815,83
Saubara	10,44	5,82	40,21	18,40	2,34	58,81	5.055,57
Simões Filho	3,92	998,46	1.486,36	202,81	519,55	3.008,29	25.786,41
Vera Cruz	9,04	28,34	156,67	59,32	13,66	207,72	5.533,58

Fonte: SEI / IBGE, Nota: Dados sujeitos à retificação

(1) inclui APU (Administração Pública)

Identifica-se então que a estrutura econômica da BTS é semelhante à do Estado, em que a economia centra-se no setor de serviços, representando cerca de 60% do PIB, seguida por uma participação do setor industrial em torno de 26% e, por fim, tanto o setor agrícola quanto a administração pública correspondem, cada uma, a 7% de participação no PIB do Estado da Bahia.

4.2.4 Impacto do Turismo na Economia

Diante do contexto apresentado anteriormente, com uma alta participação do setor de serviços na economia, percebe-se a importância da atividade turística para os municípios da BTS, quanto à participação no aumento dos gastos dos turistas, e seus efeitos diretos a essa maior participação que são: aumento da renda, geração de emprego, investimento, políticas públicas, o efeito multiplicador da atividade turística para a região e novos empreendimentos por força da renda gerada na comunidade pela atividade turística. (BARBOSA, 2002)²

A análise do impacto econômico, no setor do turismo, tem como pressuposto apresentar o gasto associado à atividade turística que reflete a participação no produto na geração de riquezas do Estado, o nosso trabalho irá apresentar o impacto do turismo na economia, segundo a geração e incremento no emprego e renda da comunidade através do turismo na BTS.

Nesse contexto, percebe-se a grande importância da atividade turística para a geração de emprego e renda no Polo, como também a importância de seu aprimoramento,

² Os impactos econômicos do turismo e sua implacação nas políticas públicas: O caso do município Macaé / RJ, Brasil: Luiz Gustavo M. BARBOSA, 2002

estruturação e expansão. Para tanto, é ressaltada a questão da internalização das produções voltadas ao consumo turístico, nos próprios municípios. A capacidade de geração de empregos e o maior potencial de distribuição de renda da atividade turística podem colaborar para amenizar a situação social precária de vários municípios.

A análise da dinâmica econômica identificou que os municípios componentes deste Polo possuem bons centros abastecedores como apoio às suas atividades turísticas. Estão incluídos em um estado que vem experimentando profundas mudanças e grandes avanços econômicos. Esses avanços, entretanto, não são suficientes para amenizar a situação de pobreza e falta de dinamismo econômico que caracteriza a maior parte desses municípios.

Grandes empreendimentos estão se instalando, mas a concentração das atividades econômicas em poucos municípios é um fato. Nesses, a geração de emprego e renda vem oferecendo reais oportunidades para grandes parcelas da população. Nos demais, percebe-se uma falta de perspectiva de potencial adequado. Não se dão atividades econômicas importantes no Polo que conflitem com o turismo.

4.2.5 Evolução da geração de empregos

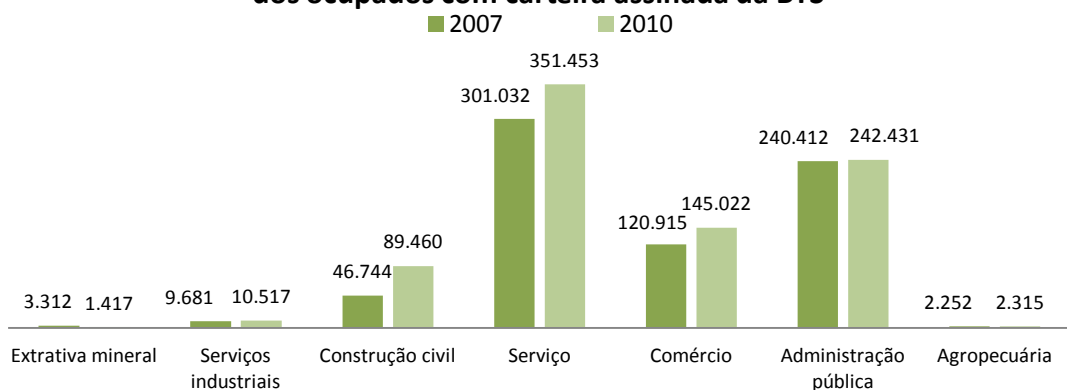
A situação do número de trabalhadores ocupados na BTS é determinada por um grande contingente populacional que tem como atividade principal o setor de serviços no que tange a condição dos profissionais empregados com carteira assinada, de acordo com os dados apresentados pela SEI, tanto para o ano de 2007 quanto para o ano de 2010.

É importante demonstrar que o crescimento do quantitativo populacional ocupado entre 2007 e 2010 alcançou um percentual de 16,55%, tendo sido proporcionalmente acompanhado pelo setor de serviços em 16,75%, cuja elevação foi ligeiramente superior ao número total de ocupados na BTS.

Conforme o gráfico a seguir, quando comparamos o quantitativo de emprego formal, entre o período 2007-2010, constata-se que este aumento pode ser percebido em atividades como a construção civil, que sofreu um impacto positivo, principalmente pelas políticas públicas do governo federal, significando, com isso, que o incentivo e o investimento público contribuem positivamente para a dinâmica econômica, resultando no incremento de 50.000 postos de trabalho no setor de serviços, nos municípios da BTS.

GRÁFICO 02

Comparativo entre os anos de 2007-2010 o nível de crescimento dos ocupados com carteira assinada da BTS



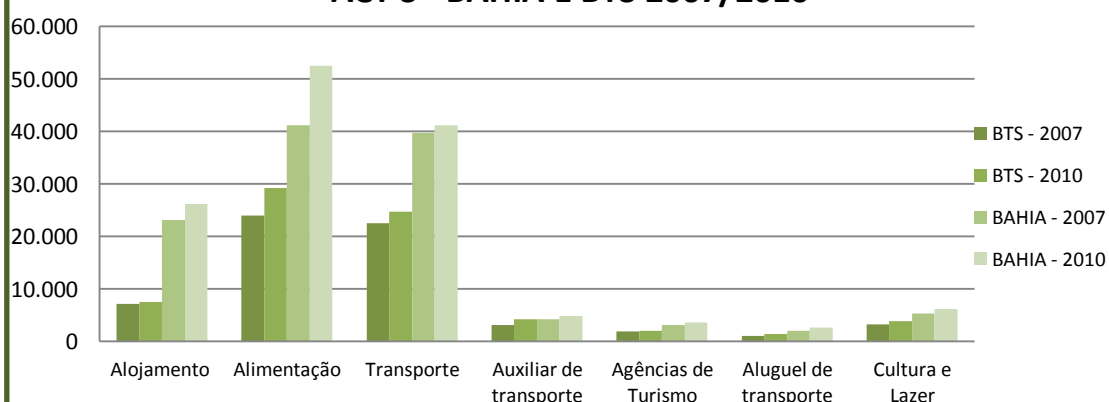
Fonte: SEI- Estoque de Emprego formal em 31/dez, segundo os setores de atividades econômicas, municípios 2007-2010.

Cabe também ressaltar que o turismo é de suma importância no âmbito do setor de serviços, pois as atividades características do turismo (ACTs), definidas pela OMT1999, a exemplo de alojamentos, agências de viagem, alimentação, transporte e outros demandam uma série de outros serviços complementares, intensificando, desta forma, a cadeia de produção local.

O gráfico a seguir apresenta o quantitativo de mão de obra formal para o Estado da Bahia e o polo BTS. Observa-se que, para 2007 e 2010, o número de pessoas ocupadas nas ACTs é significativo quando comparado ao total de ocupados no setor de serviços, sendo que a BTS apresenta um total de 351.453 empregos formais e que 72.753 postos de trabalho formais referem-se às ACTs para o ano de 2010.

GRÁFICO 03

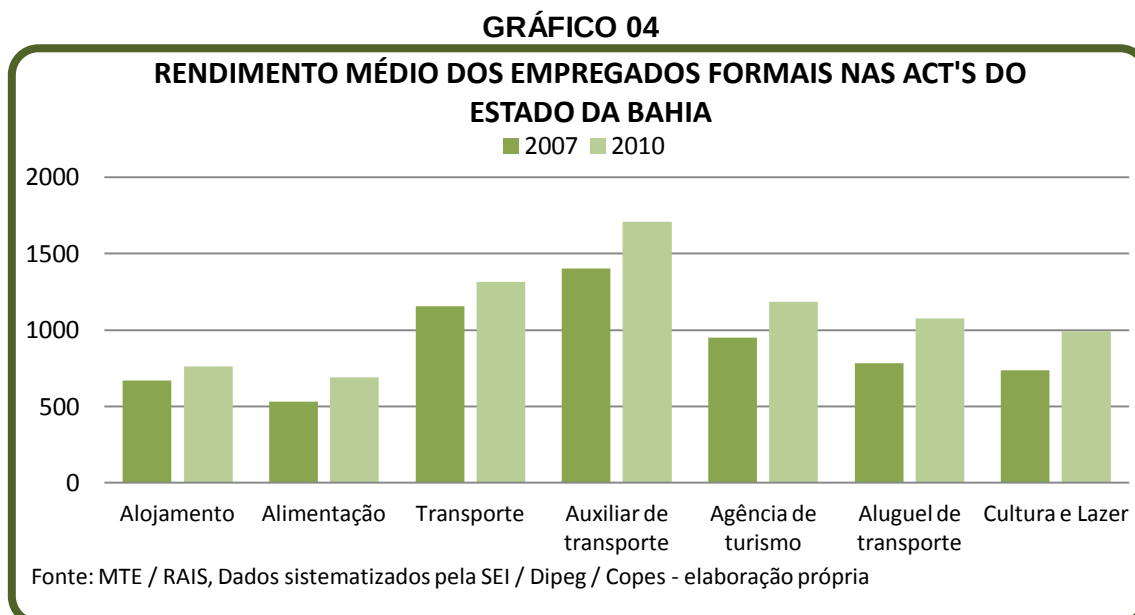
QUANTITATIVO DE MÃO DE OBRA FORMAL SEGUNDO ACT'S - BAHIA E BTS 2007/2010



FONTE: SEI, 2012 - Elaboração própria

Observa-se também que a grande participação da mão de obra formal está relacionada à atividade de alimentação, com 29.000 postos de trabalho ou 40,23%, seguida pela atividade de transporte, com 34% e, por fim, à atividade de alojamento que corresponde aos serviços de hospedagem e similares, com um percentual de 10,32%, representando as três áreas dentro do setor de serviços que contribuem com maior quantitativo de mão de obra formal.

Seguindo com a contribuição que a atividade turística representa para a BTS quanto ao número de empregos formais, o rendimento da mão de obra também serve como determinante para a melhoria econômica dos municípios. Segundo dados do MTE-RAIS 2012, o rendimento médio por ACTs na Bahia gira em torno de R\$ 921,00 para o ano de 2010, enquanto que para a região da BTS, no setor de serviços, a renda média tem o valor estimado em R\$ 1.408,56. Comparando esse rendimento médio com o valor do salário mínimo do ano 2010, de R\$ 510,00, podemos verificar o impacto positivo que o nível de emprego e incremento da renda oferece às comunidades dessa região; o gráfico abaixo apresenta as ACTs e seus respectivos rendimentos médios no Estado da Bahia.



Conclui-se então que o impacto econômico da atividade turística na BTS é significativo em grande parte dos seus municípios, contribuindo para a geração de emprego e renda, melhoria do equilíbrio econômico, e induzindo ao aumento dos gastos das famílias beneficiadas pelo emprego nesse setor.

4.2.6 Aspectos socioeconômicos inerentes à náutica

Do ponto de vista náutico, a importância socioeconômica da atividade náutica na BTS também é histórica e remonta à época em que o saveiro era o principal meio de locomoção na baía, tendo sido responsável pelo abastecimento da capital e do Recôncavo do Estado.

Hoje, a concentração da atividade náutica do Estado da Bahia ainda está na BTS, visto que: nessa região, são realizados os principais eventos náuticos; concentra a grande maioria das vagas para atracação; possui as marinas de melhor qualidade e localização geográfica estratégica.

Estas e outras características tornam a BTS importante polo nacional para o desenvolvimento da náutica, por já possuir uma infraestrutura que, se ampliada em proporções graduais, será capaz de atender à crescente demanda internacional do turismo náutico para o Brasil.

Ao adotar a estratégia de se promover a descentralização da atividade turística para além da capital baiana e instituir mecanismos legais com vistas a regulamentar e monitorar o uso dos recursos culturais e ambientais existentes, foram criadas as condições básicas para incorporar atributos de qualidade à oferta turística da Bahia, sem, contudo, ocasionar graves danos aos ecossistemas naturais.

Como visto anteriormente no item referente ao perfil socioeconômico da área de abrangência do programa, os indicadores sociais da BTS mostram baixos níveis de emprego. O turismo constitui-se, hoje, no mundo inteiro, em uma alternativa de geração de emprego e renda, mas, para isso, necessita da articulação dos órgãos governamentais.

O desenvolvimento do turismo na BTS é uma oportunidade ímpar para o incremento da náutica. É quando o Estado, divulgando o destino para os aficionados dessa atividade, define também as políticas públicas capazes de incentivar e facilitar a criação de infraestruturas. A partir daí, com o aumento do número de equipamentos de suporte, amplia-se a sua atratividade para um número maior de embarcações, crescendo a demanda por serviços especializados no setor.

O comércio nas regiões do entorno das estruturas também é fomentado, e novos segmentos, como o de operadores de *charter*, tendem a se interessar pela localidade que priorizam para seus investimentos, em novas estruturas, gerando-se assim um ciclo virtuoso que deve ser encarado de forma sustentável.

Nessa trajetória, cabe ainda ao Estado atuar num dos maiores gargalos, que é a capacitação de mão de obra especializada para o segmento. Esta atuação pode ser através da implantação direta de escolas de formação ou através do incentivo ao setor privado para sua implantação.

Na náutica, a renda ganha pelo trabalhador, normalmente, está acima do salário mínimo brasileiro. Atualmente, devido à carência no mercado, um *skipper* com pouca experiência, no eixo Rio–São Paulo, ganha, mensalmente, entre R\$1.000,00 a R\$3.000,00; já um *skipper* experiente chega a ganhar entre R\$10.000,00 a R\$15.000,00.

Pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado da Bahia, no ano de 2004, aponta que 80% dos proprietários de barcos em Salvador estão insatisfeitos com a qualificação técnica dos seus marinheiros.

Em relação ao gasto médio diário do turista náutico há uma grande variação. Por exemplo, na náutica de recreio, considerando os proprietários de embarcações, a média de gastos é de US\$100 por pessoa/dia; quando o tema é náutica de recreio, ligada a bases de *charter* (aluguel de barcos), o gasto diário por pessoa pode variar entre US\$ 120 e US\$ 700.

Conforme pesquisa realizada pela *Brazil Cruising*, para o turismo de cruzeiros marítimos, o gasto diário situa-se em torno de US\$100/dia, o que demonstra a importância de criação de bases de *charter* na Baía de Todos-os-Santos, levando-se em conta, sobretudo, a capacidade de incremento da renda proporcionada por essa vertente do turismo náutico.

Por outro lado, a realização de regatas tem como objetivo principal atrair a atenção da mídia e divulgar o destino, traduzindo-se num momento de investimento por parte do Estado, em parceria com a iniciativa privada. As cinco regatas internacionais que passaram pela Bahia em 2007 geraram mais de 5.500 reportagens, 68 horas de matérias em televisão e mais de 8 milhões de *page views* nos sites ligados a regatas.

É importante destacar também que, quando o foco da cobertura da mídia não está atrelado ao turismo, isto é, se os jornalistas que acompanham os eventos não conseguem mostrar para seus leitores e espectadores, pelo menos, parte dos fatores que fazem da região um dos melhores pontos do mundo para passear de barco, o retorno para o desenvolvimento do segmento é inexpressivo.

Neste caso, cabe aos organizadores locais promoverem um esforço de articulação entre os envolvidos com eventos esportivos e organismos municipais e estaduais responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, para proporcionar um receptivo integrado entre a mídia nacional e internacional e a estrutura de base local.

A pesca é outro significativo ramo para o desenvolvimento náutico, sendo que este pede uma atenção especial na busca pela sustentabilidade do segmento. De acordo com Coelho (1999), no Brasil, a pesca esportiva conta com aproximadamente 10 milhões de praticantes e uma forte presença de produtos estrangeiros, principalmente frutos da queda nos preços dos equipamentos, que, entre 1997 e 1998, registraram uma redução média de 30%. Este mercado vem crescendo continuamente em todas as suas modalidades, como o pesque-pague, criação de alevinos, aluguel de embarcações, hotéis-fazenda, barcos hotéis e pesca esportiva em alto mar.

Na BTS, também são grandes as possibilidades de desenvolvimento do mergulho como esporte, haja vista o patrimônio arqueológico e as belezas naturais subaquáticas. Coelho Neto (1999) mais uma vez esclarece que “o mergulho também compõe o mercado do lazer náutico e disputa a atenção do consumidor brasileiro [...] estima-se que exista no Brasil aproximadamente 50 mil mergulhadores atuantes”. O setor é formado, em sua maior parte, por pequenas e médias empresas e vem ampliando seu espaço no ramo do turismo de mergulho através de parcerias com o parque hoteleiro.

Unindo o movimento da indústria náutica no Brasil, aí incluídos os segmentos de pesca e mergulho, o movimento total da náutica no país estaria na casa dos 800 milhões de dólares anuais (Almeida e Coelho Neto, 1998).

De acordo com Leilane Loureiro (2004) “tal como o desenvolvimento econômico, as atividades náuticas estão distribuídas de maneira desigual no território do Brasil, concentrando-se, sobretudo, na região Sudeste, que representa 65% do mercado nacional, sendo que o eixo Rio-São Paulo detém 63% desse valor”.

Ainda de acordo com o trabalho de Loureiro (2004), a “região Nordeste é a mais próxima dos centros emissores de turismo náutico localizados na Europa [...] e em uma análise mais detalhada pode-se verificar que o Nordeste possui condições muito parecidas com as do Caribe, tanto em distância quanto em correntes marítimas para os navegadores que partem da Europa”.

Diante do exposto, conclui-se que o Polo Baía de Todos-os-Santos possui diversas vantagens competitivas para o desenvolvimento da atividade náutica.

4.2.7 Aspectos socioeconômicos inerentes à cultura

A análise relacionada ao campo cultural busca focar a situação presente na Baía de Todos-os-Santos.

O estudo desenvolvido pela Target EURO leva em consideração os dados fornecidos pela Secretaria da Cultura e Turismo do Governo da Bahia, que organizou um "censo" de todas as atividades culturais que acontecem no Estado, começando com as pesquisas feitas entre 2002 e 2006.

Os critérios de avaliação da cultura vigentes no momento daquele estudo foram baseados em taxonomia adotada pela antiga SCT. Segundo esses critérios, as atividades estão classificadas conforme o Quadro 2, a seguir, e orientam as estatísticas disponibilizadas.

QUADRO - 02 CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES CULTURAIS

Espaços e Entidades Culturais

- Áreas livres para eventos artístico-culturais
- Auditórios ou salas de conferência
- Bibliotecas
- Galerias ou salas de exposição
- Ginásios, estádios, arenas, campos de futebol

Educação Cultural

- Institutos
- Professores particulares

Serviços

- Produtores técnicos e serviços especializados

Instituições

Eventos

Herança cultural

- Bens que representem a história e cultura da cidade

Expressão artística e sociocultural

- Artesanato
- Artistas
- Bandas musicais e filarmônicas
- Grupos musicais
- Escritores e poetas
- Blocos de Carnaval
- Grupos de capoeira
- Grupos folclóricos
- Companhias de teatro
- Expressões socioculturais

Meios de comunicação

- Jornais e Revistas

Fonte: Relatório 2006 da Secretaria da Cultura e Turismo

O território é rico em entidades e espaços culturais para a realização de convenções e atividades esportivas.

Na categoria herança cultural, os dados mostram a presença de um território multicultural, diversificado, com equipamentos voltados para práticas religiosas e abertos ao público, como igrejas, mosteiros e terreiros de candomblé.

A categoria expressões artísticas e socioculturais considera como bases o número de artistas no território, e de eventos culturais e expressões artísticas. A partir dos dados coletados, fica claro que os recursos humanos mais representativos são empregados nos setores de: i) artesanato (cerâmica, madeira, bordados, palha); ii) artes (escultores, atores, cantores, músicos, compositores, bandas, grupos, corais); iii) carnaval; e iv) grupos de capoeira, teatro e companhias folclóricas.

Os serviços culturais incluem uma variedade de serviços providos por empresários locais, principalmente aqueles relacionados à produção artística, e equipamentos técnicos usados nas diversas atividades culturais.

Quanto às instituições, observa-se a existência de entidades voltadas para a promoção sociocultural, tendo a cultura como fundamento do bem-estar (inclusão social com um foco especial na infância e juventude). A maioria dessas instituições é responsável pela origem de várias atividades culturais, como as celebrações tradicionais e religiosas.

A situação dos meios de comunicação mostra características heterogêneas, dependendo da localização. Evidentemente, o centro do mercado de comunicação é representado por Salvador. Existem algumas cidades onde as atividades de comunicação são essencialmente locais ou de baixo alcance (rádios, serviços de alto-falantes, etc.).

Na categoria de eventos, foram incluídas as principais festividades que são desenvolvidas durante o ano na área em questão.

Herança Arquitetônica e Museus

A herança arquitetônica é bastante presente em Salvador e no Recôncavo. Considerando os monumentos mais importantes na área do projeto, existem, aproximadamente, 300 monumentos diferentes com alto valor histórico. A distribuição territorial dos museus é bastante desigual, com 53, dos 61 museus, concentrados no município de Salvador. Quase a totalidade dos museus públicos também fica situada na capital.

Uma herança significativa e heterogênea oferece um quadro diversificado em termos de propriedade, administração e condições de manutenção física. Esses museus apresentam condições diferenciadas de manutenção física.

A capacidade média por museu, de acordo com o relatório de atividades de 2006, da então Secretaria da Cultura e Turismo, é de 4.887 visitas em Salvador e 4.145 na área do Recôncavo, considerando a frequência de público anual. O fluxo de visitantes foi bastante favorável, mas em 2006 fixou-se um fluxo ligeiramente abaixo do de 2005. Os dados disponíveis não permitem distinguir entre os visitantes residentes e os externos. Quanto à capacidade real receptiva instalada de cada museu, os dados não permitiram um cruzamento com a frequência anual.

De acordo com as estatísticas oficiais, as rendas dos museus provêm, principalmente, de fontes externas. A desagregação de rendas dos museus parece bastante diferente na área do Recôncavo, onde 25% dessas rendas provêm da Fundação Cultural do Estado da Bahia, 25% da Confraternidade do Venerável (uma ordem religiosa) e 50% de fundações privadas e agências públicas locais.

Herança do Intangível

Salvador e Recôncavo são áreas caracterizadas por uma intensiva e variada produção de artes performáticas e de atividades culturais relacionadas a tradições populares e religiosas, tais como o Carnaval, o Candomblé, o samba de roda, procissões religiosas seguidas de festas, etc. Dessa produção, observou-se a capoeira como um exemplo de arte com potencial de desenvolvimento demonstrado através de roteiro de desenvolvimento sustentável, elaborado pelas associações de capoeira, presentes em ambos os grupos focais promovidos pelo Consultor em maio e junho de 2007.

Uma constatação dessas características é o samba de roda. "Reconhecido como uma das matrizes do notório símbolo nacional, o samba de roda do Recôncavo Baiano foi inscrito no livro de registro das formas de expressão, em 2004. O valor do samba de

roda transcende o caráter da ancestralidade, e sua importância permanece presente no cotidiano de homens e mulheres da Bahia”.³ A pesquisa de etnomusicologia atingiu 21 municípios do Recôncavo e da Baía de Todos-os-Santos, e o registro documental e em partituras está em processo de digitalização. Cabe esclarecer que o Solar Subaé, em Santo Amaro da Purificação, está em processo de conclusão da restauração para abrigar a Casa do Samba.

Outro forte elemento característico das artes, na área do projeto, são os ritos religiosos e as celebrações.

É claro que, entre as várias atividades culturais, o Carnaval aparece como o mais conhecido e também o mais atraente para uma grande porcentagem dos turistas internacionais que vêm para a Bahia.

Considerando-se a herança intangível, todos os municípios do Recôncavo são de grande significância e diversidade, além de serem capazes de 'competir' com seu homólogo em Salvador (por exemplo: as celebrações de Iemanjá são executadas em dias diferentes das realizadas na capital). Muitas celebrações, como a de São Bartolomeu, ou a “Festa de Ajuda” (quase um Carnaval) e a Festa da Boa Morte, são únicas. O que foi enfatizado, tanto pelos participantes dos grupos focais quanto por oficiais do Departamento de Cultura e Turismo, é a falta de arquivos coletados e preservados das ricas tradições, algumas das quais em sério risco de extinção.

O samba de roda é um exemplo eloquente de tal risco. Em Santo Amaro, testemunharam-se as dificuldades dos músicos de registrarem suas canções. Como uma música é, normalmente, tocada em celebrações e festas privadas, o samba é considerado um tipo de trilha sonora cotidiana (até mesmo no trabalho, os homens cantam e improvisam), o que implica frequentemente na transmissão oral das músicas e de suas letras. Em 28/9/2004, o samba de roda do Recôncavo Baiano foi registrado como Patrimônio Nacional Intangível.

Dentre as dimensões da cultura, atividades econômicas artesanais, associadas às tradições culturais, são muito importantes. A preservação de técnicas e modos de produção é apreciada e valorizada como diferenciais que imprimem características únicas.

Música

A Bahia é considerada como sendo um marco musical no Brasil inteiro. Foi aqui que muitos artistas brasileiros cresceram e produziram melodias conhecidas mundialmente. Uma parte importante da produção musical baiana consiste em canções populares, fundamentadas na cultura negra. O Percpan, festival mundial de percussão, é um evento consolidado, realizado todos os anos, atraindo e difundindo o interesse por parte de artistas e especialistas.

Do ponto de vista analítico, os dados mostram que a atividade musical prevalecente consiste na música, que, por sua vez, traz os traços mesclados. Tal mescla pode ser verificada nas raízes do samba de roda do Recôncavo, que, segundo os etnomusicólogos, constituem-se na base da música brasileira.

Pode-se assegurar que a música, na Bahia, é um indicador de indústria cultural, tanto no aspecto da produtividade econômica, quanto política, em processo de consolidação dos mercados, mesmo que de forma dispersa, gerada de maneira espontânea, não

³ ALMEIDA. Luiz Fernando. Dossiê 4 - Samba de Roda do Recôncavo Baiano.

como parte de um movimento organizacional em torno das manifestações culturais como um todo, gerando acumulação individual ou de pequenos grupos.

Artesanato

Segundo relatório desenvolvido pelo Banco do Nordeste, Salvador é o polo principal de comércio artesanal na Bahia. O comércio de artes manuais do Recôncavo também tem destaque no cenário baiano.

Estatísticas oficiais consideram artesãos, artistas plásticos e escultores como três categorias diferentes. Realmente, a categoria "artesãos" inclui todos os profissionais dos setores de bordado ou fabricantes de objetos como charutos ou sabões, enquanto os artistas plásticos e os escultores são empregados nos setores de estátuas e mobiliário. A maior porção das atividades é representada pelo setor das artes plásticas, que abrange 50% do total de empregos no setor artesanal.

Depoimentos de arquitetos e *designers* que trabalham em Salvador constataam uma situação rica de produção artesanal na cidade, mas, ao mesmo tempo, apontam as dificuldades atuais para o desenvolvimento do mercado para as artes. Na análise dos entrevistados, a produção artesanal ainda é interpretada como uma produção doméstica e feminina, capaz de satisfazer uma demanda limitada e exclusivamente local. As vendas, contudo, não são executadas diretamente por artesãos; os produtos são vendidos a intermediários que os revendem em mercados locais, como o Mercado Modelo, o Instituto Mauá, do Governo da Bahia, a Feira de São Joaquim e feiras esporádicas promovidas pelo Sebrae, em parceria com o Instituto Mauá.

No Recôncavo, destaca-se a Feira dos Caxixis, em Nazaré, realizada anualmente durante os feriados da Semana Santa.

Embora a Bahia seja considerada um berço de bons comerciantes e comunicadores (de acordo com a opinião de entrevistados, os comerciantes baianos trabalham no país inteiro e possuem a reputação de serem bastante eficientes), os artesãos mal se sustentam e não conseguem atrair aprendizes para dar continuidade à sua arte, porque os jovens não se sentem atraídos por atividades que não sejam rentáveis. Observa-se a necessidade de promover o artesanato baiano e abrir canais de comercialização.

Um exemplo de produção artesanal que obteve relativo sucesso foi a confecção de charutos. Os entrevistados contam que o Recôncavo faz parte de um distrito mais amplo de produção de tabaco, onde os artesãos brasileiros treinaram os primeiros fabricantes de charutos cubanos.

Com o objetivo de subsidiar os estudos relativos a uma pesquisa inédita para o setor de turismo no Brasil, a Secretaria de Turismo do Estado da Bahia realizou levantamento preliminar da produção associada ao turismo nos municípios da BTS. Além da vocação natural, o estudo revelou dados surpreendentes, principalmente no que se refere à produção do artesanato comercializado nos mais tradicionais pontos de venda, como Mercado Modelo e Pelourinho, como mostram os gráficos abaixo:

GRÁFICO 05

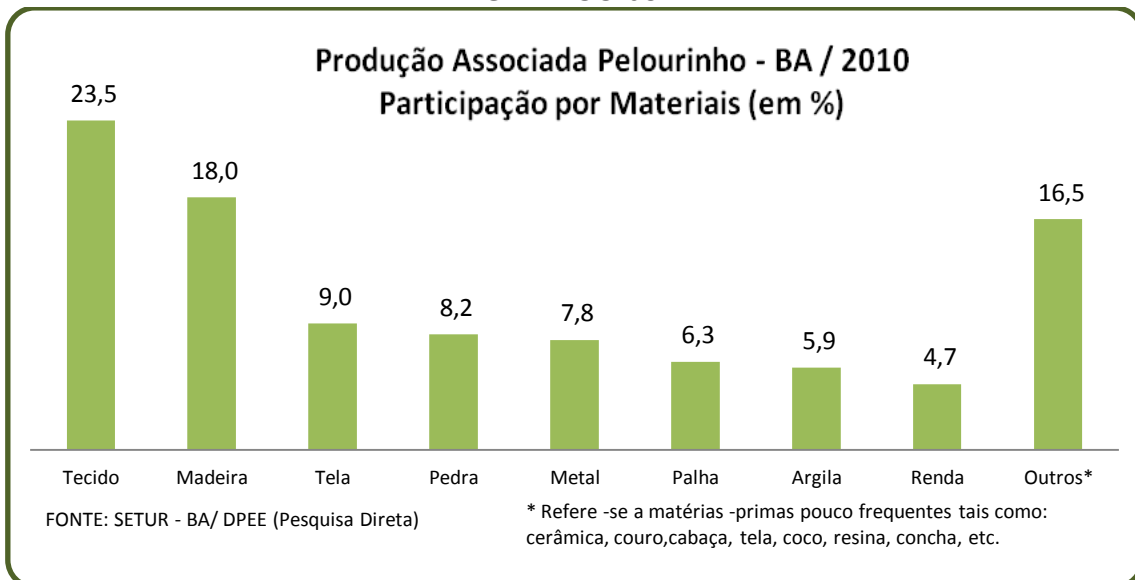
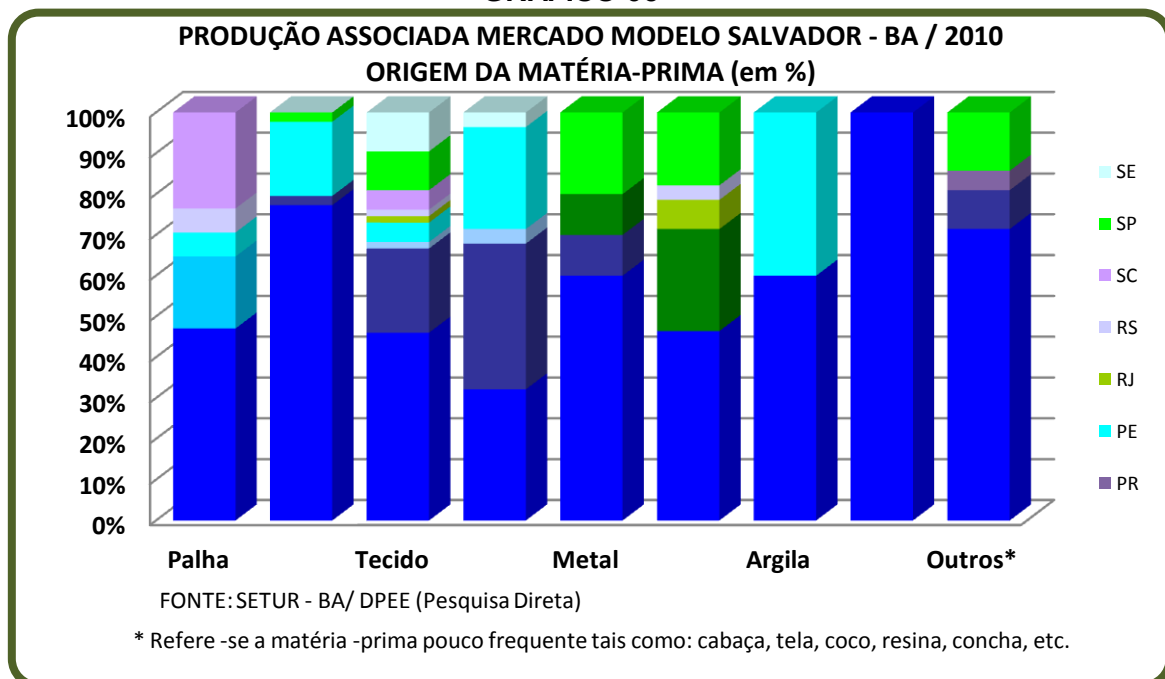


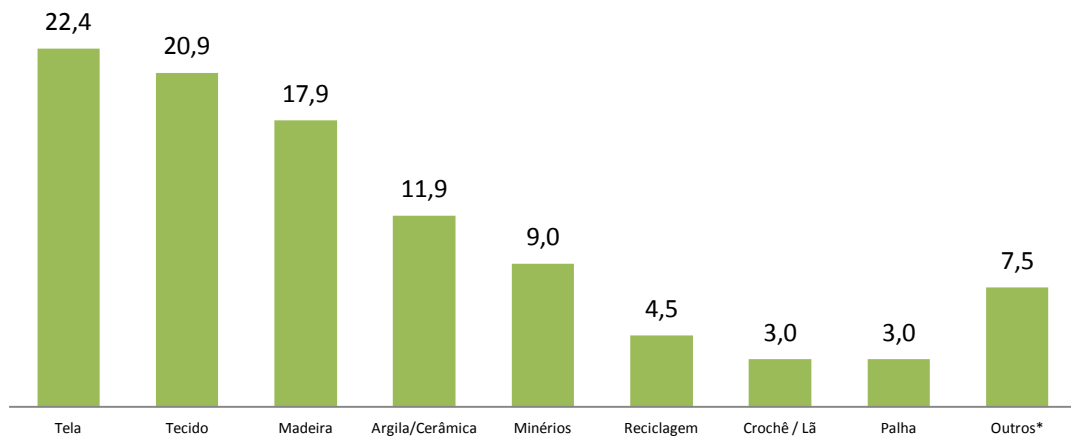
GRÁFICO 06



Apesar de se constituírem em polos de artesanato, os municípios da BTS sofrem do mesmo mal. De polos produtores, estão se transformando em meros comercializadores da produção de outros municípios e até mesmo de outros estados, como mostram abaixo os gráficos com a origem das matérias-primas das principais cidades do polo:

GRÁFICO 07

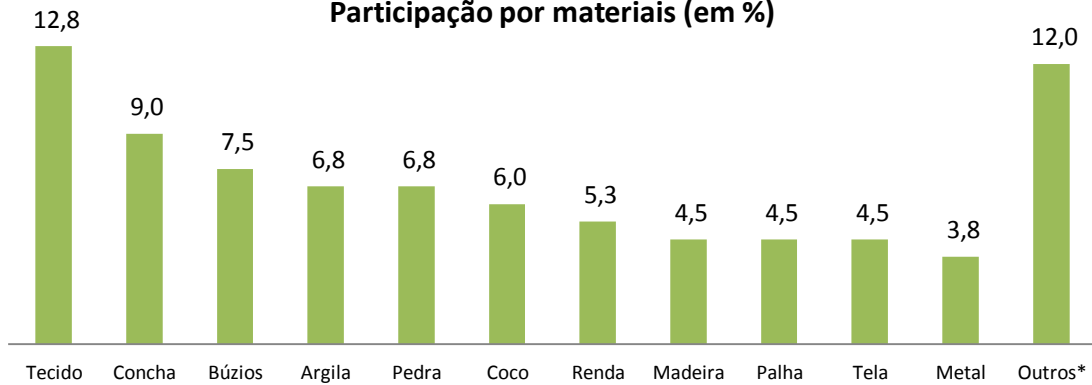
Pesquisa Artesanato Cachoeira - 2010
Participação por Materiais (em %)



*Refere-se a materiais pouco frequentes
FONTE: SETUR - BA/ DPEE (Pesquisa Direta)

GRÁFICO 08

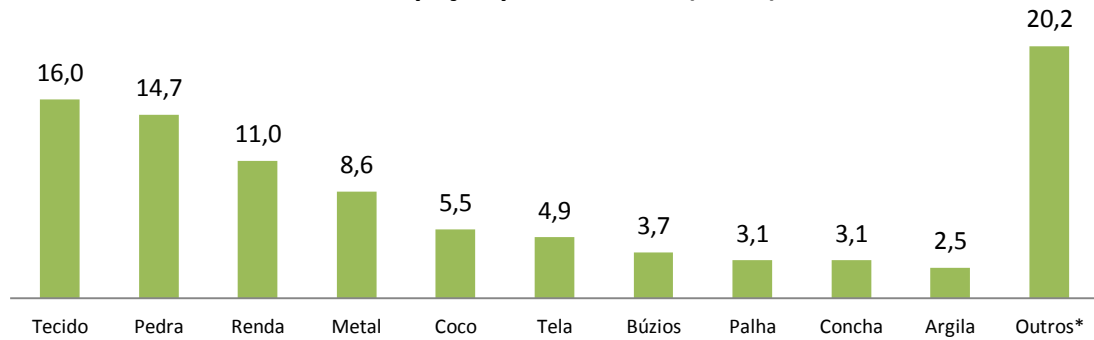
Pesquisa Artesanato Itaparica - 2010
Participação por materiais (em %)



*Refere-se a materiais pouco frequentes
FONTE: SETUR - BA/ DPEE (Pesquisa Direta)

GRÁFICO 09

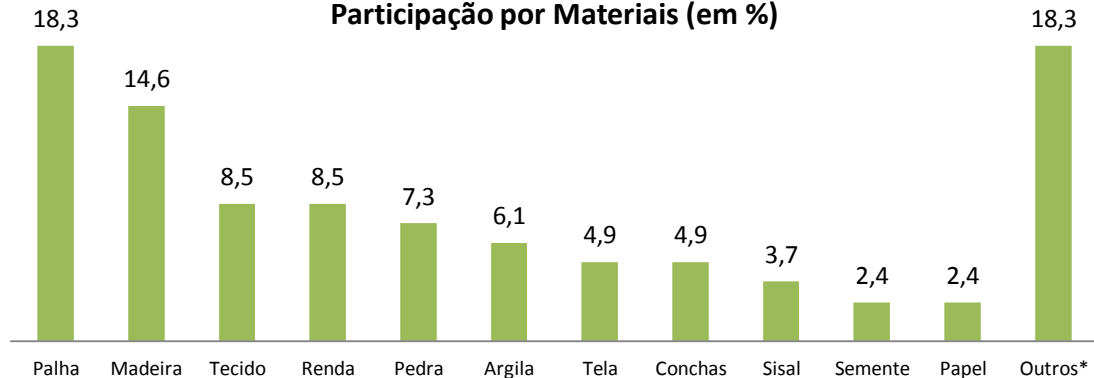
Pesquisa Artesanato Vera Cruz - 2010
Participação por Materiais (em %)



*Refere-se a materiais pouco frequentes
FONTE: SETUR - BA/ DPEE (Pesquisa Direta)

GRÁFICO 10

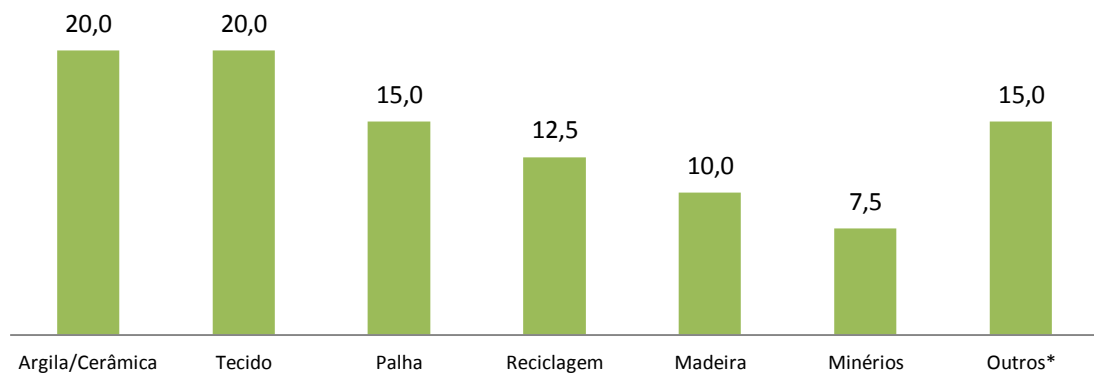
Pesquisa Artesanato Maragogipe - 2010
Participação por Materiais (em %)



*Refere-se a materiais pouco frequentes
FONTE: SETUR - BA/ DPEE (Pesquisa Direta)

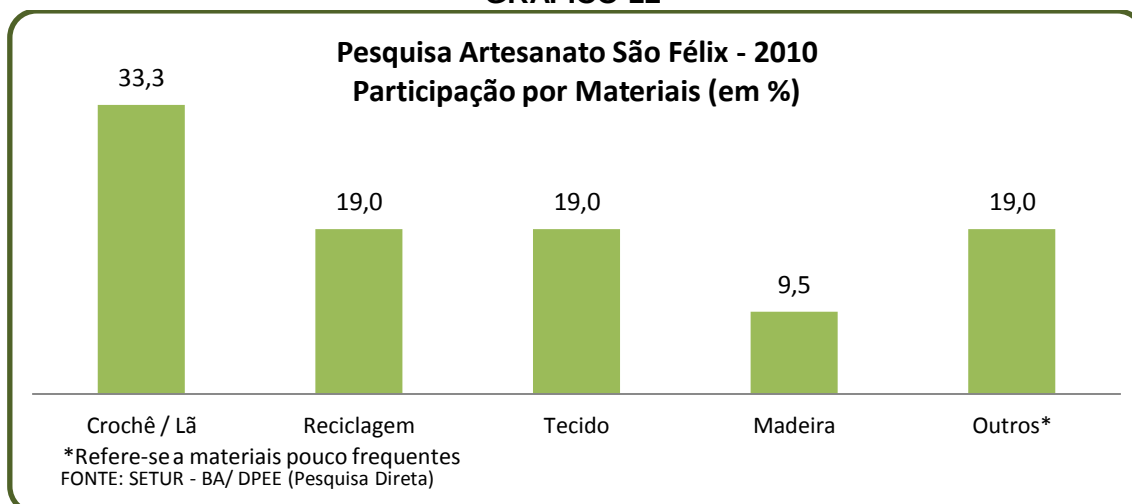
GRÁFICO 11

Pesquisa Artesanato Santo Amaro - 2010
Participação por Materiais (em %)



*Refere-se a materiais pouco frequentes
FONTE: SETUR - BA/ DPEE (Pesquisa Direta)

GRÁFICO 12



Enfim, a produção, o marketing e a venda de artesanato são atividades que se mostram frágeis em termos de organização e dependentes de uma constante necessidade de subsídios governamentais para assistência na administração e planejamento de projetos.

4.3 ANÁLISE DA DINÂMICA SOCIAL

As condições sociais dos municípios do polo BTS foram analisadas em quatro áreas principais. O primeiro item avalia informações demográficas, apresentando as principais características da população, como também sua evolução recente. O segundo item analisa os indicadores sobre as condições de vida dos habitantes; em seguida, informações que retratam a situação da educação nos são apresentadas. O último item avalia a área da saúde, analisando as condições de atendimento nos municípios, como também indicadores da saúde.

4.3.1 População

O polo BTS possui uma população total de 3.245.664 pessoas (censo 2010), representando 23% da população do Estado. Deste total, aproximadamente 96% residem em zona urbana. Nota-se que a dinâmica populacional causou um aumento no número de habitantes da área urbana em todos os municípios, ao mesmo tempo em que foi constatado um êxodo rural, confirmado com o aumento da taxa de urbanização da maioria dos municípios, aumentando, assim, a densidade demográfica, principalmente na Região Metropolitana de Salvador - RMS. A população feminina representa mais da metade da população total do polo, com 53%, e a estrutura da população pode ser considerada jovem.

4.3.2 Condições de Vida

A análise do emprego e renda no polo BTS demonstrou um alto desemprego formal e uma renda de chefe de família empregado situando-se na faixa entre zero a cinco salários mínimos, com exceção de alguns municípios de maior porte econômico, como Salvador.

Os índices de desenvolvimento social podem ser considerados baixos, com grandes

diferenças entre os que estão bem ranqueados e aqueles em pior situação. No entanto, observa-se uma expressiva melhora em seus indicadores, desde a década de 80. O IDH-M vem evoluindo ao longo dos últimos anos, fazendo com que os municípios passassem de pouco desenvolvimento humano para médio, com exceção de Salvador que estacionou em médio desenvolvimento.

Apesar do crescimento observado nos índices relativos à cobertura de serviços básicos (índice de cobertura de água, de esgotamento sanitário e de coleta de lixo), muitos municípios ainda possuem precárias condições de cobertura, em especial no que se refere à cobertura de esgotamento sanitário e destinação do lixo.

4.3.3 Educação

Os dados relativos à educação permitem observar que há significativos avanços nas taxas de alfabetização e escolaridade. Entretanto, ainda são encontrados muitos municípios com valores reduzidos. A taxa média de alfabetização do polo (84,4%) é superior comparada à da região Nordeste (75,4%) e encontra-se relativamente aproximada à do Brasil (87,2%). Observou-se uma predominância de alunos matriculados no ensino médio. Nos municípios maiores, há escolas com cursos profissionalizantes que podem ser associados ao setor de turismo.

4.3.4 Saúde

A estrutura de saúde é mais adequada nos municípios maiores, sendo que as principais unidades de saúde do polo BTS se encontram em Salvador que, também na área da saúde, exerce a função de polo. Entretanto, esses municípios maiores são os que apresentam maiores quantidades de casos notificados de DSTs (Doenças Sexualmente Transmissíveis) e outras doenças.

Neste item está apresentada a estrutura hospitalar nos municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos. Ressalta-se que o número de leitos existentes significa o número total de leitos hospitalares dos municípios.

TABELA 06
LEITOS HOSPITALARES EXISTENTES E CONVENIADOS COM O SUS

Municípios	Ano	Leitos	
		Existentes	SUS
Aratuípe	2009	-	-
Cachoeira	2009	83	83
Candeias	2008	69	52
Itaparica	2008	59	59
Jaguaripe	2009	-	-
Madre de Deus	2008	32	32
Maragojipe	2009	46	15
Muniz Ferreira	2009	-	-
Muritiba	2009	41	41
Nazaré	2009	129	120
Salinas da Margarida	2008	16	16
Salvador	2008	9.154	6.287
Santo Amaro	2009	191	166
São Félix	2009	80	79
São Francisco do Conde	2009	43	43

Saubara	2009	13	13
Simões Filho	2008	72	72
Vera Cruz	2008	31	31

Fonte: Datasus/CNES, Sesab/SUVISA/DIS, 2010

(-) dados indisponíveis

Como pode ser observado na tabela anterior, existe uma carência enorme de leitos em todos os municípios do polo e a incipiente oferta de leitos privados, inclusive em Salvador, com apenas 2.867 para uma população de 2,6 milhões de habitantes.

Conclusão

A análise das questões sociais do polo BTS demonstrou um grande avanço nos indicadores sociais, nos últimos anos. As ações de planejamento e o fortalecimento institucional da região fazem com que o polo tenha pontos fortes para o desenvolvimento do turismo. Um bom indicador é a inserção da comunidade no processo de desenvolvimento, principalmente porque reside no espaço de interesse turístico. Melhorias nos indicadores de saúde, educação e serviços básicos foram identificadas, apesar da situação ainda ser mais desfavorável em relação à média brasileira. Outra característica de destaque é o êxodo da população rural, causando diminuição desta em detrimento de um crescimento mais acentuado da população urbana. Essas características figuram ao lado de um acentuado desemprego formal, sendo que os avanços indicados foram relacionados, em maior parte, às intervenções do governo federal e estadual.

4.4 ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS DA ÁREA

Até a década de 50, a Bahia era um espaço eminentemente agrícola, que se transforma a partir das décadas seguintes, com um acelerado e intenso processo de crescimento em consequência da descoberta de petróleo, sobretudo na região do Recôncavo, a implantação da refinaria Landulpho Alves, no Centro Industrial de Aratu, do Complexo Petroquímico de Camaçari, da Metalúrgica do Cobre, etc., na Baía de Todos-os-Santos ou em suas proximidades.

Apesar desse impacto econômico, que provoca um crescimento demográfico extremamente acelerado de Salvador, a Baía de Todos-os-Santos vivenciou um lento crescimento social, e, no turismo, apenas a Ilha de Itaparica e Vera Cruz apresentaram algum desenvolvimento turístico associado a empreendimentos imobiliários. Pode-se incluir ainda um incipiente desenvolvimento turístico nas ilhas de Maré e Frades e em Saubara, pelos moradores da região de Feira de Santana.

Em consequência desse desenvolvimento urbano e industrial da região Metropolitana de Salvador, em alguns municípios do Recôncavo ocorre a degradação ambiental de alguns trechos da Baía de Todos-os-Santos, sobretudo com a poluição de suas águas, em consequência de despejos orgânicos e industriais. O Governo da Bahia já vem realizando obras para conter essa degradação, com investimentos para o tratamento dos efluentes orgânicos e reversão para a Central de Efluentes Líquidos (Cetrel) dos despejos industriais. Hoje, Salvador já tem uma cobertura do sistema de esgotamento sanitário de 80% da área urbana, que deverá ser ampliado com a operação do novo emissário de Jaguaribe.

A criação da Área de Proteção Ambiental (APA) Baía de Todos-os-Santos, para atender à necessidade de preservação dos valores naturais e culturais dessa zona e desenvolver o turismo qualificado, engloba todas as ilhas, assegura a realização de

estudos técnicos para elaboração do Plano de Manejo, ordenando as formas de uso e ocupação das ilhas. Outras ações também pretendem conservar e preservar suas riquezas naturais, culturais e históricas com o projeto de Gerenciamento Costeiro-Gerco, a Reserva Extrativista Marinha da Baía de Iguape, a APA Lago de Pedra do Cavalo.

A existência e o funcionamento da Secretaria de Meio Ambiente do Estado, o Instituto de Meio Ambiente, o Instituto de Gestão das Águas, que tem um quadro funcional altamente qualificado, além de equipamentos de acompanhamento e controle.

O mais antigo conselho ambiental do Brasil – Cepram – é composto de 21 conselheiros, sete órgãos governamentais, incluindo a Setur, sete da sociedade civil e sete de entidades ambientais. A APA da BTS dispõe também de um administrador e conselho gestor. A Sema criou um portal de informações, www.seia.ba.gov.br, que possibilita aos interessados acompanharem a tramitação de processos, informações sobre legislação ambiental, gestão municipal ambiental de prefeituras, características ambientais dos patrimônios naturais, qualidade das águas, etc.

4.4.1 Uso e ocupação do solo

Em Salvador e seu entorno localizam-se o Polo Petroquímico, o Centro Industrial de Aratu, os portos de Salvador e Aratu, Terminal Marítimo de Madre de Deus, a Refinaria Landulpho Alves e uma extensa e densa malha urbana, responsáveis pela supressão e modificação dos componentes naturais originais. Aí estão diversas limitações de uso, potencialidades, belezas cênicas e problemas ambientais.

Encontramos remanescentes de Mata Atlântica, restingas, áreas úmidas e manguezais, praias, baías, enseadas, ilhas e patrimônio histórico-cultural, sobretudo em Salvador, Cachoeira, São Félix e São Francisco do Conde.

Remanescentes de Mata Atlântica, manguezais, recifes de coral - os de Itaparica protegidos pela APA de Pinaúnas, construções eólicas como as dunas da orla de Salvador, as bacias hidrográficas dos rios Paraguaçu, Jaguaripe, Subaé, São Paulo, Camurugipe, Jaguaripe, Cobre, Joanes e Ipiranga compõem cenários propícios para encantar visitantes e moradores da Baía de Todos-os-Santos.

Unidades de conservação, onde a Mata Atlântica e ecossistemas associados estão preservados são: Parque de São Bartolomeu, Parque Histórico de Pirajá, Parque Metropolitano de Pítuaçu, Parque da Cidade Joventino Silva, todos em Salvador. Além da APA Baía de Todos-os-Santos, outras unidades de conservação são pré-existentes a ela: Parque Florestal e Reserva Ecológica da Ilha de Frades e Parque Florestal e Reserva Ecológica de Itaparica.

4.4.2 Aspectos Ambientais

A existência da Refinaria Landulpho Alves, na BTS, criou condições para certo desenvolvimento industrial e, em consequência, crescimento na movimentação portuária, produzindo um passivo ambiental que requer monitoramento e acompanhamento das águas e de outros recursos naturais.

Em consequência, e por exigência desse processo de desenvolvimento, investimentos em infraestrutura se fizeram necessários, como abastecimento de água, esgotamento sanitário, drenagem, aterros sanitários, atualmente em execução pelo Programa Água para Todos, obras incluídas no PAC.

A implantação do Estaleiro Naval em Maragogipe, que permitirá a produção de sondas de perfuração de petróleo, plataforma de produção, conversão de petroleiros em navios de apoio, em fase de licenciamento, poderá exercer impactos negativos no turismo náutico, nesse trecho inicial da foz do Rio Paraguaçu.

Tal assunto está merecendo especial atenção do Governo do Estado, estabelecendo condições para minimizar os impactos ambientais, sociais e paisagísticos, ordenando e zoneando a ocupação. Estão sendo consideradas as possibilidades e os benefícios que o turismo trará para a região, como dispersão dos negócios, menor impacto migratório, mitigação de impactos negativos, como ocupação irregular de moradias, degradação paisagística, desmatamento, etc.

Além disso, o turismo sustentável tem um papel positivo para o meio ambiente, pois valoriza a educação e a cultura da comunidade, bem como das paisagens naturais que se constituem em base da economia do turismo.

Também se desenvolvem, neste momento, projetos que beneficiam a maricultura, através do Plano Social de Desenvolvimento da Maricultura, como geração de renda, estabelecendo microzoneamento, utilizando bacias, lagoas, reservatórios e estudos, incluindo, além da maricultura, piscicultura marinha, carcinicultura, etc.

Todas as possíveis interferências negativas do turismo náutico com outras atividades serão minimizadas a partir de normas, balizamento e fiscalização das áreas. Estudos para a definição de capacidade de carga serão aprofundados e terão caráter mais abrangente, adequando-se à realidade local e garantindo a sustentabilidade da atividade turística.

O Programa de Gerenciamento Costeiro foi constituído oficialmente na Bahia em 2008, sob a coordenação da Secretaria do Meio Ambiente, incluindo a Baía de Todos-os-Santos e garantindo a observância dos parâmetros estabelecidos pelos planos.

Foi feito Estudo de Avaliação Ambiental Estratégica da Implantação da Indústria Naval e outros programas prioritários de desenvolvimento na Baía de Todos-os-Santos. O estudo foi elaborado pelo IMA, órgão da Secretaria de Meio Ambiente da Bahia, e organizado em cinco fases distintas: Marco referencial, Quadro de referência estratégica, Diagnóstico estratégico e Indicadores estudo de cenários, diretrizes e recomendações.

Na primeira fase está a base de informação técnica estabelecida. O estudo apresenta as perspectivas em função da implantação do Polo Naval, o desenvolvimento da maricultura e o turismo náutico e cultural. A seguir, projetam-se cenários até se antever os impactos representados pelas oportunidades e riscos ambientais, a partir de sua implantação e profundidade; para concluir, a partir dessa análise, estão as propostas e a contribuição para o desenvolvimento da região.

O estudo constata o crescimento do turismo na BTS, sobretudo em Salvador, com investimentos direcionados para a infraestrutura urbana. Identifica a necessidade de atenção maior à conservação ambiental, qualificação de mão de obra, segurança pública e gestão municipal.

O estudo indica ainda que a BTS apresenta um grande potencial para o turismo náutico e cultural, sobretudo em Salvador, Itaparica e Cachoeira. Há necessidade de se procurar melhores condições de receptividade para outros municípios e assim ampliar o processo de desenvolvimento que o turismo pode alavancar para as demais

localidades. Este diagnóstico estratégico relaciona aspectos que merecem maior atenção, considerando os cenários que facilitem o aproveitamento das oportunidades e reduzam os riscos associados à implementação dos programas prioritários desenvolvidos na BTS.

Por se tratar de uma atividade capaz de conciliar empreendimentos de micro, pequeno, médio e grande porte, de diversas categorias, o turismo na BTS poderá se tornar o principal eixo de fomento à criação de oportunidades laborais nessa região.

4.4.3 Turismo e meio ambiente na BTS

A delicada, tênue e estreita relação entre a atividade turística, o turismo e o meio ambiente implica em haver uma preocupação, dessa atividade, para conservá-lo, preservá-lo e recuperá-lo. Podem-se considerar recursos naturais e paisagísticos ao lado da cultura local os principais insumos dessa atividade econômica. Na Baía de Todos-os-Santos, o turismo, como já foi visto, desenvolveu-se de forma bastante acentuada em Salvador, ocupando o Centro Histórico e Orla Marítima da cidade, áreas residenciais já urbanizadas.

Dois outros destinos da zona turística Baía de Todos-os-Santos que recebem visitantes são Itaparica e Cachoeira. Em Itaparica, apenas um hotel de grande porte está instalado, o Club Med, dentre outros de médio e pequeno porte. Entende-se que eles se localizam de forma adequada nas sedes municipais de Itaparica e Vera Cruz e em vilas e pequenos povoados da ilha. Entretanto, a proliferação de loteamentos e condomínios contribuiu para a existência de ocupação urbana desordenada e inadequada, provocando agressões ambientais, devido à falta de infraestrutura, serviços municipais insuficientes e aumento exagerado de frequência às praias.

Pode-se concluir que a fragilidade da gestão municipal, a inexistência de planos diretores municipais, e a especulação imobiliária levaram a esse tipo de ocupação. Entretanto, o lado interno da ilha ainda se encontra bastante preservado, com manguezais ainda intocados e que, nessa região, poderão receber equipamentos turísticos focados nos atrativos ecológicos existentes.

Quanto a Cachoeira, o turismo ocorre em áreas urbanas antropizadas, apresentando picos de frequência em épocas próprias, como a Festa da Boa Morte, Festa de São João e Carnaval. Em razão disso, o turismo não provoca nem contribui para qualquer impacto ambiental. Nas demais cidades, pode-se considerar a não ocorrência de qualquer impacto, em vista da baixa existência do turismo.

4.4.4 Gestão ambiental pública

Conforme já está demonstrado, o Governo do Estado, considerando a conservação da Baía de Todos-os-Santos como uma atividade prioritária, criou vários programas para alcançar a melhoria das condições ambientais. Órgãos como a Secretaria de Meio Ambiente, o IMA – Instituto do Meio Ambiente têm programas exclusivos para a Baía de Todos-os-Santos. A APA Baía de Todos-os-Santos, com seu conselho gestor, participativo, com representantes de todos os municípios, de empresas e entidades ambientais, contribui para uma melhor e mais efetiva administração.

Programas como o Água Para Todos, que incluem também esgotamento sanitário, implantação de aterro sanitário, combate à pesca predatória, melhorias na gestão

municipal, também contribuem para o estabelecimento de critérios de ocupação e uso que beneficiará, cada vez mais, o turismo qualificado na BTS.

4.4.5 Gestão ambiental privada

Para a implantação de qualquer empreendimento turístico na Baía de Todos-os-Santos é necessário solicitar a licença ambiental de localização – L L, que, a depender do porte do equipamento, implica em elaborar EIA / RIMA e promover audiência pública. Aprovado o primeiro licenciamento, será necessário, em seguida, obter a licença de implantação, após o cumprimento dos condicionantes estabelecidos na primeira licença.

4.4.6 Instrumentos de Planejamento

Nesta oportunidade, está em processo de elaboração o Zoneamento Ecológico Econômico da APA BTS, que incluirá o diagnóstico e o Plano de Manejo. Quase todos os municípios têm Plano Diretor, existindo também ações para qualificação e treinamento da população.

Por se tratar de uma atividade capaz de conciliar empreendimentos de micro, pequeno, médio e grande porte, de diversas categorias, o turismo na BTS poderá se tornar o principal eixo de fomento à criação de oportunidades laborais nessa região.

Por fim, cabe destacar que a AAE da BTS (2010), além de realizar um estudo detalhado sobre os possíveis impactos gerados pelas diversas atividades previstas para a BTS, elenca uma série de diretrizes e recomendações que têm como finalidade a otimização das oportunidades geradas e a mitigação dos impactos sociais e ambientais, subsidiando o planejamento estratégico da implantação do Prodetur Nacional – Bahia.

4.5 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS GERAIS

Aqui o objetivo é avaliar a infraestrutura básica e dos serviços gerais disponíveis no Polo Baía de Todos-os-Santos que sustentam a atividade social e produtiva, através do traçado das redes de comunicação, saneamento, energia, rede bancária e comércio, determinando a capacidade atual e suas principais carências, frente à pressão do consumo impulsionada pela atividade turística.

Neste sentido, serão inicialmente mostradas a disponibilidade existente e as condições de operação desses serviços, nos diferentes municípios, para, na sequência, apresentar uma análise desses componentes de infraestrutura no polo e sua relação com a atividade turística.

4.5.1. Rede Viária de Acesso

O sistema de transportes no Estado da Bahia está sob responsabilidade do Departamento de Infraestrutura de Transportes da Bahia (Derba), autarquia vinculada à Secretaria de Infraestrutura. Essa autarquia é responsável pela construção, manutenção e conservação dos terminais rodoviários, hidroviários e aeroviários do Estado. Para apoiar a análise do sistema de transportes do polo, o mapa a seguir ilustra as principais vias de acesso e circulação interna:

FIGURA 03 – Sistema Viário da Baía de Todos-os-Santos



Fonte: DERBA, 2009.

Sistema Rodoviário

O sistema rodoviário baiano é composto por rodovias estaduais, federais e municipais. A rede total é de quase 20.000 quilômetros, distribuídos em uma área de 560.000 km², como apresentado na Tabela 07:

TABELA 07
REDE RODOVIÁRIA DO ESTADO DA BAHIA

Vinculação	Pavimentadas	Solo	Total
Estaduais	10.740	4.055	14.795
Federais	2.357	428	2.785
Municipais	203	1.488	1.691
Total do Estado	13.300	5.971	19.271

FONTE: DERBA, 2010

Além da construção e manutenção de rodovias, o Derba é um dos responsáveis pela implementação de terminais rodoviários. A parceria com as prefeituras para a implantação de terminais é comum, mas geralmente existem conflitos quanto à localização desses terminais. Usualmente a prefeitura cede um terreno disponível para a construção, mas sua localização não apresenta as melhores características técnicas, como proximidade ao sistema rodoviário, facilidade de acesso pela população e infraestrutura básica (esgoto, pavimentação, etc.). No Quadro 03, abaixo, são apresentados os terminais rodoviários existentes no Polo Baía de Todos-os-Santos.

QUADRO 03

TERMINAIS RODOVIÁRIOS DA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Localidade	Proprietário	Administradora	Data de Conclusão	Área de Construção (m²)
Bom Despacho	Estado da Bahia	Particular	nov-92	3.100
Nazaré	Estado da Bahia	Particular	fev-86	423
Salvador	Estado da Bahia	Particular	antes de 85	375
Santo Amaro	Estado da Bahia	Particular	mar-90	n/d
São Félix	Estado da Bahia	Particular	fev-95	375
Saubara	Estado da Bahia	Particular	mar-90	55
São Francisco do Conde	Prefeitura	Prefeitura	n/d	n/d

FONTE: DERBA

n/d - não possui dados

A dificuldade de obtenção de recursos é uma das principais dificuldades citadas pela equipe de terminais rodoviários do Derba. A orientação das ações que são viabilizadas atualmente é para o atendimento do usuário. A manutenção dos terminais também é problemática. A fiscalização e regulação dessas atividades estão a cargo da Agência Estadual de Regulação de Serviços Públicos de Energia, Transportes e Comunicações da Bahia – Agerba, que tem realizado intervenções na tentativa de melhorar os serviços prestados nos terminais, desde sua instituição em 1998.

As facilidades aos usuários, os guichês de vendas de passagens e o entorno são os pontos mais problemáticos. Não há nenhum outro programa de manutenção de terminais, sendo que intervenções são, normalmente, fruto de reclamações. As principais rodovias que permitem acesso aos destinos turísticos do Polo Baía de Todos-os-Santos são as seguintes:

- **BR-324 (Salvador-Feira de Santana)**

Este trecho possui uma extensão de 113,2 km, com pista dupla, asfalto em boas condições, sinalização vertical e horizontal boa, além de acostamento.

Este trecho atravessa uma região de alta densidade demográfica, que liga Salvador às estradas que conduzem aos municípios do Recôncavo, ocorrendo também um fluxo de turistas que viajam utilizando veículos de passeio.

Em 2009, a empresa Viabahia, Concessionária de Rodovias S/A, ganhou a concessão para administrar por 25 anos esse trecho, onde serão construídas três bases de serviços operacionais (Simões Filho, São Sebastião do Passé e Feira de Santana).

- **BA-001 (Vera Cruz-Nazaré)**

Pista simples e asfaltada. Cruza a Ilha de Itaparica em direção a Nazaré e Salinas da Margarida. Eixo costeiro estadual do litoral sul da Bahia. Recuperada em 2009. O trecho da BA-001 que liga às diversas localidades turísticas também foi recuperado em 2009, como Cacha-Pregos, Baiacu e Maragojipinho.

- **BR-101 (BR 324/ opção para Cachoeira, São Félix e Nazaré)**

Pista simples, asfaltada, sinalizada, pavimento em boas condições, muito movimentada (caminhões e ônibus). Há acostamento.

- **BR-420**

Esta estrada conduz viajantes da BR-101 aos diversos municípios do Recôncavo e localidades turísticas como São Félix, Saubara, Muritiba, Santo Amaro, São Francisco do Paraguaçu e Belém (Cachoeira). Pista simples e asfaltada, em boas condições. Recuperada em 2009.

As demais rodovias secundárias se encontram em bom estado de conservação, pois no ano de 2009 diversos trechos foram recuperados, tais como:

- BA-522 (São Francisco do Conde com acesso a Maracangalha)
- BA-523 Itaparica (Amoreira)
- BA-878 (São Brás-Saubara)
- BA-496 (Sodoma-Muniz Ferreira)
- BA-528 (Acesso ao Centro Industrial de Aratu)

Vale ressaltar que esses trechos são compostos de pistas simples e asfaltadas sendo que, nas proximidades das áreas urbanas, frequentemente é usado o pavimento em paralelepípedos.

Sistema Aeroviário

O Aeroporto Internacional de Salvador é o quinto mais movimentado aeroporto do Brasil e o 15º da América Latina em movimento de passageiros, e é o mais movimentado do Nordeste, respondendo por mais de 30% do movimento de passageiros dessa região do país. Com uma média diária de 16.220 passageiros, 262 pousos e decolagens (249 voos domésticos e 43 internacionais), circularam pelo aeroporto, em 2011, 7.107.074 passageiros, excluindo conexão e cabotagem. Situado numa área de mais de 6.000.000m², o aeroporto dispõe de 211.000m² de pátio para aeronaves e cerca de 70.000m² de área para o terminal de passageiros, tendo capacidade de atender a 6.000.000 passageiros/ano e receber 24 aeronaves simultaneamente. Possui, ainda, duas pistas: a principal, com 3.000m de comprimento, e a secundária, de 1.520m.

O Aeroporto Internacional de Salvador foi ampliado para atender à própria cidade e desempenhar seu papel estratégico de viabilizar grandes fluxos de turistas esperados para a Bahia. As obras foram financiadas através do Prodetur I; contudo, torna-se necessário ampliar sua capacidade, devido ao fluxo atual e à demanda advinda para a Copa 2014.

Além do Aeroporto de Salvador, o Polo Baía de Todos-os-Santos conta com o aeroporto de Itaparica, que possui uma pista de pavimento com 1.200m e atende a voos nacionais, não regulares. A Tabela abaixo apresenta os dados relativos ao número de voos no Aeroporto de Salvador.

O número total de passageiros do Aeroporto de Salvador vem crescendo desde 2006, contudo houve uma oscilação no número de passageiros internacionais no ano de 2007, mas o aumento regular no número de passageiros domésticos se manteve crescente, não havendo oscilação no número total. A Tabela abaixo apresenta os dados referentes ao número de passageiros, segmentados por emissores domésticos e internacionais:

TABELA 08
NÚMERO DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO LUÍS EDUARDO
MAGALHÃES (2006/2011)

Ano	Internacional	Doméstico	Total
2011	356.666	6.750.403	7.107.069
2010	335.700	5.906.146	6.241.846
2009	313.356	5.187.464	5.500.820
2008	377.321	4.554.974	4.932.295
2007	404.985	4.500.178	4.905.163
2006	382.764	4.173.552	4.556.316

FONTE: Infraero / SETUR, 2011(sem conexão e cabotagem)

Sistema Hidroviário

As águas calmas e o desenho da Baía de Todos-os-Santos fazem dela uma importante hidrovia para os municípios da região do Recôncavo. Para alguns desses, a baía é o melhor caminho para se chegar a Salvador. A infraestrutura necessária para a navegação se completa através do apoio de terminais e de linhas regulares para transporte de passageiros. Nos quadros abaixo são apresentados os terminais hidroviários e atracadouros existentes no polo Baía de Todos-os-Santos

QUADRO 04

ATRACADOUROS NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

MUNICÍPIOS	ATRACADOUROS
Cachoeira	Atracadouro de Cachoeira
Candeias	Atracadouro do Museu Wanderlei de Pinho
Jaguaripe	Atracadouro de Jaguaripe
Madre de Deus	Atracadouro de Maria Guarda
Maragojipe	Atracadouro de Coqueiros
Maragojipe	Atracadouro de São Roque do Paraguaçu
Maragojipe	Atracadouro Enseadinha
Maragojipe	Atracadouro de Nagé
Salinas da Margarida	Atracadouro flutuante em Barra do Paraguaçu
Salinas da Margarida	Atracadouro de Salinas da Margarida
Santo Amaro	Atracadouro de Santo Amaro
São Francisco do Conde	Atracadouro de São Francisco do Conde
Vera Cruz	Atracadouro do Duro - Mar Grande
Vera Cruz	Atracadouro de Cacha-Pregos

Fonte: SUINVEST, 2011

QUADRO 05**TERMINAIS HIDROVIÁRIOS NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS**

MUNICÍPIOS	TERMINAIS HIDROVIÁRIOS
Itaparica	Terminal hidroviário de Bom Despacho
Jaguaripe	Terminal hidroviário de Mutá
Madre de Deus	Terminal hidroviário de Madre de Deus
Maragogipe	Terminal hidroviário de Cajá
Salinas da Margarida	Terminal hidroviário de Salinas da Margarida
Salvador	Terminal da Ilha Bom Jesus dos Passos
Salvador	Terminal hidroviário de Botelho - Ilha da Maré
Salvador	Terminal hidroviário de Paramana - Ilha dos Frades
Salvador	Terminal hidroviário de Ponta de N. Senhora - Ilha dos Frades
Salvador	Terminal turístico marítimo da Bahiana
Salvador	Terminal turístico Igreja do Loreto - Ilha dos Frades
Salvador	Terminal hidroviário de Monte Serrat
Salvador	Terminal hidroviário da Ribeira
Salvador	Terminal hidroviário de Plataforma
Salvador	Terminal hidroviário de São Joaquim
Salvador	Terminal hidroviário de São Tomé de Paripe
Vera Cruz	Terminal hidroviário de Mar Grande

Fonte: SUINVEST, 2011

Na BTS, atualmente, existem 31 pontos potenciais entre atracadouros e terminais; contudo, a maioria deles se encontra em mau estado de conservação e/ou em desuso. Já os maiores e mais estruturados estão em Salvador e Bom Despacho (Itaparica), entre os quais operam as principais linhas regulares. No Terminal de São Joaquim (Salvador) há ferry-boats operando, transportando veículos e utilitários. Esse meio de transporte permite uma viagem mais rápida para os extremos da BTS e para quem viaja para a região da Costa do Dendê, interligando também o eixo rodoviário da BR-101.

Em períodos de pico de fluxo (manhã, fim de tarde, fins de semana e feriados) existem grandes filas, com perda de tempo. Reclamações sobre atraso nos horários previstos são constantes entre os usuários e, a cada dia, com uma maior frequência. Os quadros abaixo apresentam as principais linhas hidroviárias turísticas que operam na Baía de Todos-os-Santos e suas principais características:

QUADRO 06**PRINCIPAIS LINHAS HIDROVIÁRIAS OFERTADAS NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS
ORIGINÁRIAS DO TERMINAL MARÍTIMO DA BAIANA**

Linha	Salvador / Mar Grande	Salvador / Morro de São Paulo
Tipo de embarcação	Lancha	catamarã ou lancha
Capacidade máxima	300	128
Tarifa	seg a sáb R\$ 3,65	75
	dom. e feriados R\$ 4,65	
Tempo médio de travessia	40 minutos	2 ½ horas
Horários ofertados/dia	28	6

FONTE: SUDESB, 2011

QUADRO 07

PRINCIPAIS LINHAS HIDROVIÁRIAS OFERTADAS NO POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS ORIGINÁRIAS DO TERMINAL DE SÃO JOAQUIM

Linha	Salvador / Bom Despacho
Tipo de embarcação	Ferry-boat
Capacidade de passageiros	600 a 1.200
Capacidade de veículos	50 a 90
Tarifa de passageiros	segunda a sexta R\$ 3,95
	sábados, domingos e feriados R\$ 5,20
Tarifa de veículo pequeno	segunda a sexta R\$ 33,30
	sábados, domingos e feriados R\$ 46,70
Tempo médio de travessia	62 minutos

FONTE: AGERBA, 2011

O fluxo de passageiros no sistema hidroviário da região é registrado mensalmente pelo Derba ou pela Sudebsb. As principais linhas são responsáveis pela quase totalidade desse fluxo. Nas tabelas são apresentados os dados do Terminal Turístico Marítimo da Baiana, dos últimos três anos:

TABELA 09

TERMINAL TURÍSTICO MARÍTIMO DA BAIANA

PASSEIO ÀS ILHAS - ESCUNA - SAÍDA DE SALVADOR

MÊS	2008		2009		2010		2011	
	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS
JAN	194	10.030	248	11.414	282	18.359	265	18.403
FEV	145	7.441	187	7.821	123	7.863	204	12.104
MAR	118	4.419	157	6.601	110	5.663	117	6.350
ABR	92	2.962	78	2.645	56	2.520	96	4.739
MAI	86	2.166	46	1.308	58	2.567	78	2.705
JUN	58	1.418	60	1.673	18	544	50	1.324
JUL	68	2.244	108	4.574	38	2.313	77	4.980
AGO	78	2.763	104	3.780	54	2.358	90	3.170
SET	95	3.162	153	6.499	114	7.229	120	5.839
OUT	141	5.506	177	8.515	128	8.536	164	9.857
NOV	201	8.475	237	10.641	184	12.562	119	8.155
DEZ	174	6.326	230	12.055	215	12.003	168	10.087
TOTAL	1.450	56.912	1.785	77.526	1.380	82.517	1.548	87.713

FONTE: SUDESB, 2012

TABELA 10
TERMINAL TURÍSTICO MARÍTIMO DA BAIANA SALVADOR / MAR GRANDE

MÊS	2008		2009		2010		2011	
	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS
JAN	1.230	136.565	1.289	148.494	1.201	137.469	1.145	140.735
FEV	1.041	108.120	1.107	127.253	1.112	121.790	940	109.750
MAR	911	74.961	891	86.235	900	78.117	972	109.495
ABR	879	71.559	835	72.182	662	48.953	857	76.814
MAI	722	55.922	592	39.748	826	60.006	820	59.516
JUN	844	59.815	780	56.783	549	39.179	757	61.497
JUL	760	52.947	856	66.898	690	42.717	840	77.228
AGO	843	61.360	867	73.903	698	51.197	806	77.346
SET	859	69.105	894	85.045	761	63.945	799	78.849
OUT	958	86.794	947	91.584	929	95.466	826	85.532
NOV	958	85.761	950	89.278	961	100.653	756	71.127
DEZ	1.214	138.935	1.192	137.030	1.195	151.915	1.157	146.626
TOTAL	11.219	1.001.844	11.200	1.074.433	10.484	991.407	10.675	1.094.515

FONTE: SUDESB, 2012

TABELA 11
TERMINAL TURÍSTICO MARÍTIMO DA BAIANA SALVADOR / MORRO DE SÃO PAULO

MÊS	2008		2009		2010		2011	
	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS	EMBARCAÇÕES	PASSAGEIROS
JAN	173	8.201	165	10.598	243	10.946	255	12.656
FEV	155	7.761	120	9.377	220	9.572	192	8.200
MAR	124	4.706	181	6.402	150	6.046	209	8.926
ABR	114	3.272	136	4.198	127	3.315	165	5.251
MAI	99	2.789	87	1.647	96	1.852	78	1.721
JUN	67	1.441	108	2.381	59	1.388	60	1.595
JUL	97	3.203	155	5.302	85	2.528	120	4.109
AGO	115	4.295	174	5.449	122	3.257	143	4.304
SET	97	3.224	171	5.269	133	4.676	140	4.617
OUT	110	3.814	172	5.658	155	5.589	150	5.349
NOV	127	4.297	154	4.440	156	5.044	141	5.108
DEZ	126	7.088	178	7.573	188	8.552	164	9.348
TOTAL	1.404	54.091	1.801	68.294	1.734	62.765	1.817	71.184

Fonte: SUDESB, 2012

Verifica-se a existência da sazonalidade nas linhas de Salvador-Mar Grande e Salvador-Morro de São Paulo, no período de verão, aumentando o fluxo de passageiros em mais de 50% que no período de baixa estação.

Já no passeio de escuna às ilhas, o total do número de passageiros ao ano vem aumentando progressivamente, com exceção dos meses de novembro e dezembro,

quando houve uma redução de 33 e 51 %, respectivamente, em relação ao ano anterior.

TABELA 12
NÚMERO DE ATRACAÇÕES E PASSAGEIROS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS NO PORTO DE SALVADOR

Temporada	Atracação	Passageiros
2003/2004	71	52.042
2004/2005	57	54.810
2005/2006	71	70.715
2006/2007	86	115.548
2007/2008	98	105.199
2008/2009	101	150.886
2009/2010	137	206.243
2010/2011	135	221.736
2011/2012*	107	176.970

Fonte: Codeba, 2012 / SUINVEST / DPEE – Levantamento estatístico

* Temporada em andamento

Em relação ao Porto de Salvador, verifica-se que a cada ano o número de navios atracados e o número de passageiros vêm aumentando consideravelmente; contudo, a estrutura do terminal de passageiros de cruzeiros marítimos é insatisfatória.

TABELA 13
TERMINAL DE SÃO JOAQUIM TRAVESSIA SALVADOR- ILHA DE ITAPARICA

ANO	2008		2009		2010		2011	
MÊS	VEÍCULOS	PASSAGEIROS	VEÍCULOS	PASSAGEIROS	VEÍCULOS	PASSAGEIROS	VEÍCULOS	PASSAGEIROS
JAN	83.694	499.866	94.525	498.082	95.934	496.515	93.581	667.359
FEV	63.899	396.123	72.985	411.803	76.540	403.664	143.151	999.342
MAR	44.309	253.925	50.105	241.699	51.950	231.949	67.260	512.089
ABR	38.795	202.738	48.256	255.185	43.016	229.073	48.518	359.366
MAI	36.772	221.424	34.822	220.156	47.123	225.029	40.485	326.949
JUN	39.588	245.754	43.755	27.117	47.823	290.062	49.777	400.408
JUL	36.607	222.278	45.473	25.07	42.763	232.182	54.075	401.893
AGO	39.495	226.015	42.244	24.163	46.622	233.659	47.363	359.780
SET	43.334	234.628	52.570	283.738	52.510	263.479	52.115	396.920
OUT	50.090	272.671	59.724	321.862	62.984	321.331	56.366	419.404
NOV	50.246	270.734	58.511	283.755	59.764	281.779	53.524	397.769
DEZ	69.757	362.858	79.467	404.164	65.955	314.050	-	-
TOTAL	596.686	3.409.014	682.437	2.996.791	692.984	3.522.772	706.215	5.241.279

FONTE: AGERBA, 2012
- DADOS NÃO DISPONÍVEIS

Na travessia Salvador-Ilha de Itaparica, realizada entre os terminais de São Joaquim e Bom Despacho, a despeito do total do número de veículos/ano, o fluxo vem crescendo constantemente. No entanto, do ano de 2008 para 2009 houve uma queda de 15% no número de passageiros e, nos anos seguintes, o fluxo se restabeleceu, com um aumento considerável.

No que diz respeito à estrutura de marinas, a BTS já possui uma quantidade de vagas (em marinas e clubes privados) que atende à demanda local, mas que é insuficiente para atender à crescente demanda externa. Algumas dessas estruturas de atracação

de marinas privadas não estão em boas condições, necessitando de reparos. Por outro lado, pode-se encontrar na BTS a Bahia Marina, de padrão internacional, que possui uma boa estrutura.

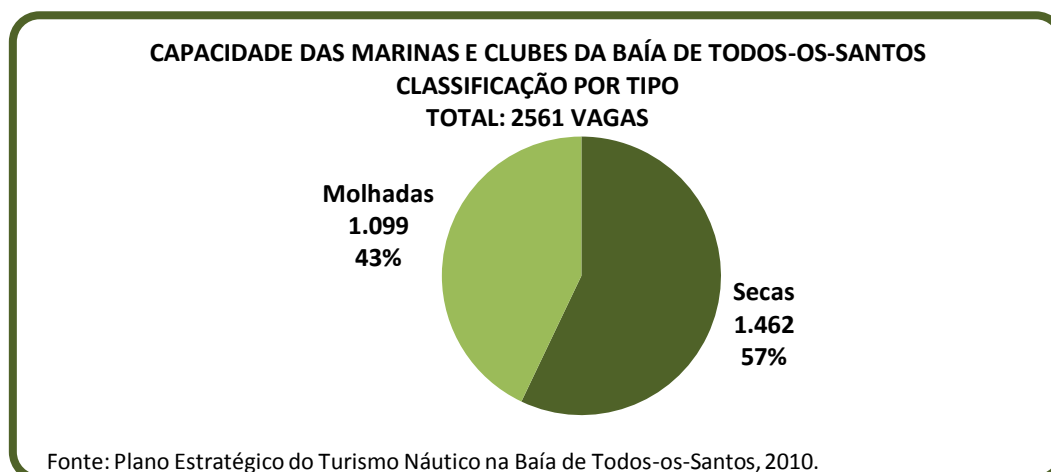
TABELA 14
MARINAS E CLUBES NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

MARINAS E CLUBES NA BAHIA DE TODOS OS SANTOS				
NOME	LOCALIZAÇÃO	VAGAS		TOTAL
		SECAS	MOLHADAS	
MARINAS		927	781	1.708
Bahia Marina	Salvador	200	400	600
Marina de Itaparica	Itaparica	10	35	45
Marina Estaleiro Aratu	Simões Filho	315	200	515
Marina Píer Salvador - Tainheiros	Salvador	-	60	60
Marina Bonfim	Salvador	300	-	300
Terminal Náutico	Salvador	-	78	78
Marina da Penha - Ribeira	Salvador	102	8	110
CLUBES		535	318	853
Aratu Iate Clube	Simões Filho	60	238	298
Clube Angra dos Veleiros	Salvador	0	40	40
Saveiro Clube da Bahia	Salvador	160	40	200
Yacht Club da Bahia	Salvador	315	0	315
TOTAL		1.462	1.099	2.561

Fonte: Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, 2010.

Conforme levantamento realizado no Plano Estratégico do Turismo Náutico, a Baía de Todos-os-Santos possui um total de 2.561 vagas, distribuídas conforme Gráfico 13, a seguir:

GRÁFICO 13



Em relação à indústria naval na Baía de Todos-os-Santos, está previsto o Estaleiro Enseada do Paraguaçu, no município de Maragojipe, que tem como finalidade a construção de navios, plataformas e sondas de perfuração do pré-sal. O projeto incluirá dique seco, cais de atracação e tecnologias sustentáveis para o manejo e o tratamento de resíduos, além de segurança e saúde do meio ambiente e do trabalhador. O empreendimento terá um investimento de R\$ 2 bilhões, da iniciativa privada, através do consórcio formado pelo Grupo Odebrecht, UTC Engenharia e Construtora OAS, e deverá gerar mais de 8.000 postos de trabalho, sendo 3.000 durante a fase de construção e 5.000 para atuar na indústria naval.

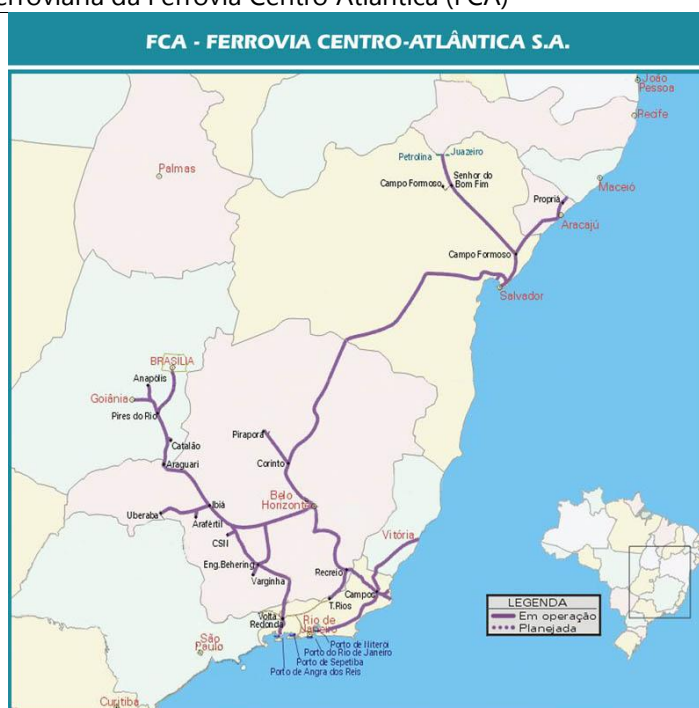
Sistema Ferroviário

A malha ferroviária do Estado da Bahia tem cerca de 1.537 km e é atualmente operada através de concessão pela Ferrovia Centro-Atlântica S.A. Ela é segmentada em três partes: a Linha Norte (260 km), que liga Salvador ao estado de Sergipe; a Linha Centro (447 km), que liga Salvador a Juazeiro; e a Linha Sul (788 km), que liga a capital baiana a Minas Gerais. Existem ainda os ramais do Porto de Aratu, com 10 km, e de Campo Formoso, com 32 km.

A Ferrovia Centro-Atlântica teve origem no processo de privatização da Rede Ferroviária Federal S.A. (RFFSA), em 1996, integrando o Programa Nacional de Desestatização. O início da operação se deu em setembro do mesmo ano. Esse programa de desestatização da malha ferroviária vem permitindo que novos investimentos sejam feitos para a modernização e ampliação dos equipamentos.

FIGURA 04

Malha Ferroviária da Ferrovia Centro Atlântica (FCA)



Fonte: Ministério dos Transportes, 2002

Apesar do grande desenvolvimento do transporte ferroviário de cargas no Estado da Bahia e da modernização dos equipamentos, o transporte de passageiros ainda não é operado pela Ferrovia Centro-Atlântica. No Litoral Oeste de Salvador, antigo Subúrbio Ferroviário, a Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CBTU) operou até o ano de 2005, transportando aproximadamente 20.000 passageiros ao dia, sobre uma linha de 13,5 km de extensão, quando transferiu o Sistema para a CTS - Companhia de Transporte de Salvador.

O projeto de expansão dessa linha está contemplado no Plano Nacional dos Trens Regionais de Passageiros, que prevê a extensão até Alagoinhas, na linha centro, e até

Conceição da Feira, na linha sul. Os estudos de viabilidade estão a cargo dos ministérios dos Transportes e das Cidades, juntamente com a Secretaria Estadual de Desenvolvimento Urbano.

O desenvolvimento do transporte ferroviário de passageiros no Brasil vem mostrando grandes possibilidades, especialmente através do uso turístico, com a utilização de trechos de relevante beleza cênica ou interesse histórico-cultural da malha ferroviária já disponível para a organização de roteiros turísticos, em que a rota se constitui em atrativo, muitas vezes com a característica adicional da utilização de equipamentos antigos, devidamente recuperados, adicionando mais um fator de atratividade para o turista.

Consultores especializados em transporte ferroviário, contratados pelo Sebrae Nacional, em parceria com a ABOTTC - Associação Brasileira de Operadores de Trens Turísticos Culturais, lançaram no Rio de Janeiro, em julho de 2010, o projeto "Trem é Turismo", que agrega 18 trens desse gênero em todo o Brasil. Em Salvador, o projeto "Ver de Trem" foi incluído na parceria, considerando os objetivos de revitalização dos trens de passageiros e as realizações culturais nos trens locais, tendo como destaque o "Forró no Trem" e as "Caravanas para a Lavagem de Santo Amaro da Purificação". Inicialmente, a operação do "Trem Turístico da Bahia" será no trecho entre Calçada e Paripe, em Salvador.

Levando em conta o potencial ecológico, cultural, histórico e turístico do Recôncavo Baiano, foi elaborado o projeto do "Trem Turístico Cultural a Vapor", apresentado e chancelado no Fórum Estadual de Turismo, em 2007, que partirá da Estação Internacional Marítima do Comércio, passando por (Mapele) Simões Filho, Candeias, (Maracangalha) São Sebastião do Passé, Santo Amaro, Conceição da Feira, Cachoeira e São Félix.

Conclusão

No setor de transportes e logística pode-se antecipar que existem condições reais para a integração intermodal na BTS, principalmente entre o sistema rodoviário e os portos de Aratu e Salvador, este segundo com grande vocação para se tornar o primeiro porto turístico do Brasil. Outras possibilidades de convergência já se concretizam no âmbito industrial, a exemplo da Ford e de outras novas instalações industriais, a exemplo da Monsanto, pelas instalações de terminais intermodais como o Terminal de Containeres do Porto de Salvador (Tecon), de portos secos e da implantação de centros de distribuição, como a Avon.

Sabe-se que, apesar de existirem acessos conectando Salvador aos diversos municípios da região, ainda verificam-se condições de precariedade em alguns trechos rodoviários. Outra dificuldade encontrada refere-se ao acesso terrestre para as bordas da Baía de Todos-os-Santos que, somada à reduzida oferta de píeres e rampas de acesso ao mar, dificultam enormemente a prática náutica, sobretudo aos proprietários de embarcações guardadas em seco, ao longo do entorno da Bahia.

Atenção especial precisa ser dirigida à margem direita do Rio Paraguaçu, municípios de São Félix, Maragojipe e Salinas da Margarida, que, ao perderem suas conexões de transporte marítimo regular e se encontrarem distantes dos principais eixos rodoviários, passaram a sofrer um processo de estagnação econômica. Esses municípios dependem da complementação das conexões rodoviárias e marítimas para a sua reinserção no novo processo de desenvolvimento através da atividade do turismo náutico.

As conexões entre o transporte marítimo e ferroviário serão ampliadas sobremaneira com a ferrovia Leste-Oeste, criando um corredor de transportes de longa distância, que pode ser estudado para o transporte não só de cargas, como também de passageiros.

Do ponto de vista do transporte marítimo, a Baía de Todos-os-Santos é a maior reentrância de águas profundas e abrigadas do Brasil e do Atlântico Sul. Sendo considerada a segunda maior baía navegável do mundo, com destaque para as características de acessibilidade marítima – amplo canal de acesso, extensão, área de fundeio, bacia de evolução e profundidade; acessibilidade terrestre fácil, com margens planas – amplidão e facilidade para a intermodalidade rodoferroviária e aquaviária; águas abrigadas; pequena variação de maré; boa tença; boa visibilidade.

De acordo com o consultor de Portos e Logística, Paulo Roberto Batista Villa (2009), o fato de a Baía de Todos-os-Santos ser detentora de todas estas características naturais ocasiona a necessidade de baixos investimentos em terminais portuários, dragagem, assim como nos custos operacionais de rebocadores e práticos.

O consultor afirma que, em decorrência da propensão da Baía de Todos-os-Santos para abrigar portos e terminais, aliado à infraestrutura já disponível e prevista para os próximos anos, a região se tornará a melhor plataforma logística do país.

Diante do crescente fluxo de passageiros do Terminal Turístico Marítimo da Baiana e do Terminal de Passageiros do Porto de Salvador torna-se necessária uma requalificação de ambos os espaços para receber de forma mais adequada os usuários locais e os turistas, oferecendo mais conforto e segurança e, por consequência, melhorando significativamente o nível de atendimento.

Outro modal de transporte que complementa a infraestrutura de acesso à Baía de Todos-os-Santos é o aéreo, aqui representado pelo Aeroporto Internacional de Salvador que, apesar de ter tido sua capacidade receptiva ampliada no ano de 2002, já está com a capacidade esgotada devido ao crescimento expressivo do número de passageiros e voos. Nesse sentido, torna-se necessária uma nova ampliação que contemple uma nova pista, a duplicação do número de *fingers* (atualmente são 11) e o aumento da capacidade dos estacionamentos.

Sabe-se que o acesso aéreo é decisivo para o desenvolvimento de diversos segmentos do turismo, mesmo o turismo náutico, pois proprietários de embarcações muitas vezes deixam seus barcos atracados em localidades que possuem marinas, a exemplo da Baía de Todos-os-Santos, deslocando-se de avião até o local de sua moradia.

4.5.2 Saneamento Básico

A Fundação Nacional de Saúde (Funasa), em seu *Manual de Saneamento*, considera como saneamento ambiental “o conjunto de ações socioeconômicas que têm por objetivo alcançar níveis de salubridade ambiental, por meio de abastecimento de água potável, coleta e disposição sanitária de resíduos sólidos, líquidos e gasosos, promoção da disciplina sanitária de uso do solo, drenagem urbana, controle de doenças transmissíveis e demais serviços e obras especializadas, com a finalidade de proteger e melhorar as condições de vida urbana e rural”.

Segundo a Funasa, salubridade ambiental é “o estado de higidez em que vive a população urbana e rural, tanto no que se refere à sua capacidade de inibir, prevenir ou impedir a ocorrência de endemias ou epidemias, veiculadas pelo meio ambiente,

como no tocante ao seu potencial de promover o aperfeiçoamento de condições mesológicas, favoráveis ao pleno gozo da saúde e bem-estar”.

Essas condições de salubridade são, em grande parte, mantidas pelas ações de saneamento listadas acima. Estudos de 1993, do Banco Mundial, estimaram que cerca de 30% da ocorrência de doenças nos países em desenvolvimento têm origem em condições de ambiente doméstico inadequadas. Segundo a Organização Panamericana de Saúde (Opas), a ausência de saneamento, especialmente de tratamento de esgoto, é uma grande causa de mortalidade nos países da América Latina. Doenças como gastroenterites e as doenças diarréicas figuram entre as dez principais causas de mortalidade, sendo responsáveis por cerca de 200.000 mortes na região, ao ano, sem incluir as causadas pela febre tifóide, hepatite e similares, comuns em lugares com condições de salubridade comprometida.

Ainda segundo a Opas, os principais problemas de abastecimento de água são instalações em mau estado, com deficiências nos projetos, ou mau estado de conservação; deficiência nos sistemas de desinfecção de água destinada ao consumo humano e a contaminação crescente das águas superficiais e subterrâneas por causa das deficiências de infraestrutura de sistema de esgotamento sanitário, ausência de sistema de depuração de águas residuárias, e inadequado tratamento dos resíduos sólidos, com possível repercussão no abastecimento de água, em áreas para banhos e recreativas, na irrigação e outros usos da água. Além disso, é comum que sejam desenvolvidos projetos de captação e tratamento de água, isolados, sem uma estratégia unificada para a bacia hidrográfica. Como resultado, algumas localidades fazem a captação de água em locais à jusante de grandes aglomerações urbanas que lançam seus efluentes domésticos nos cursos de água.

Os problemas de saneamento causam impactos diretos nas comunidades locais, mas também afetam os projetos de desenvolvimento do turismo. Cursos hídricos contaminados por esgotos não tratados afetam o conjunto cênico de uma destinação e comprometem as condições de banho em praias procuradas por turistas. Esses problemas são menores, postos em comparação aos riscos de saúde aos quais os turistas se expõem, com a ingestão de água e alimentos contaminados e o contato com águas contaminadas.

Saneamento Básico na Baía de Todos-os-Santos

A Baía de Todos-os-Santos possui em seu perímetro costeiro aproximadamente 462 km, além de 28 km de orla da cidade de Salvador, que se localiza fora da baía. Dessa extensa costa, 55 km (12%) são de áreas urbanas de nove dos doze municípios que margeiam a baía. A grande extensão de praias forma uma popular opção de lazer das populações do Recôncavo Baiano, graças às suas águas calmas, rasas e de grande beleza.

Vale informar que, até o ano de 1997, as cidades que estão situadas no entorno da Baía de Todos-os-Santos não contavam com sistema de esgotamento sanitário, e as soluções existentes eram, de um modo geral, pontuais e isoladas. Em muitos casos, os esgotos eram lançados nos logradouros públicos. Como não são cidades de grande porte, muitas vezes houve dificuldade na viabilização de estudos de avaliação econômica de investimentos, surgindo necessidade de introdução de soluções tecnológicas alternativas que atendessem às especificidades locais.

A necessidade de maior controle dos lançamentos de efluentes industriais na baía e da destinação dos resíduos sólidos levou o Governo do Estado e seus órgãos e

empresas vinculadas a buscarem alternativas para enfrentar e vencer os desafios que cresciam com as pressões ambientais de diversas origens que a BTS vinha sofrendo.

Para solucionar parte dos problemas ambientais levantados acima, a principal iniciativa na área de saneamento básico para a cidade de Salvador e seu entorno nas últimas décadas foi o Programa Bahia Azul.

Programa Bahia Azul

O Programa Bahia Azul foi executado pela Empresa Baiana de Águas e Saneamento S.A. – Embasa e financiado pelo BID e pelo Banco Mundial, com contrapartidas dos governos federal e estadual.

Este programa contemplou uma região de 2.205 km², situados no entorno da Baía de Todos-os-Santos, composta pelos municípios de Candeias, Simões Filho, Itaparica, Vera Cruz, Madre de Deus, Santo Amaro, São Francisco do Conde, Cachoeira, Salvador, São Félix e Maragogipe.

Dentre as diversas ações do programa, o componente esgotamento sanitário envolveu cerca de 53% do total dos recursos, sendo que a maior parcela foi aplicada na ampliação do sistema de esgotamento sanitário de Salvador, no valor de US\$175,3 milhão. Cerca de 10% dos recursos foram destinados ao fortalecimento institucional da Embasa. Um total de US\$14,7 milhões foi aplicado em abastecimento de água e US\$4,5 milhões, em resíduos sólidos.

Contudo, embora o Bahia Azul tenha realizado obras de melhorias no saneamento básico da Baía de Todos-os-Santos, essas intervenções não foram suficientes para sanar todos os problemas da população, relativos ao abastecimento de água, resíduos sólidos e esgotamento sanitário.

A partir de 2007, como visto anteriormente no item referente aos investimentos recentes na área de abrangência, o Governo do Estado implantou o Programa de Despoluição da Baía de Todos-os-Santos. Nos últimos quatro anos, foram realizadas ligações domiciliares de água em 313.337 residências, beneficiando 1.169.806 habitantes, e construídos três sistemas de abastecimento de água e 11 sistemas de esgotamento sanitário, além da construção de três sistemas de saneamento integrado, num investimento total de R\$ 211,5 milhões.

Programa Água para Todos - PAT

A partir de 2007, a Embasa investiu na captação de recursos do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC – para o Saneamento e de outros agentes financiadores, assim como na atualização de projetos de abastecimento de água e esgotamento sanitário, visando à universalização dos serviços prevista pelo Programa Água para Todos, do Governo do Estado.

Este programa tem como objetivo ampliar a oferta e o acesso à água nos meios urbano e rural através de construção de adutoras, produção e distribuição de água, construção de barragens, adensamento de bacias e coleta e tratamento de esgoto. Com planejamento e investimentos integrados articulado com outras ações de saneamento básico.

A principal obra realizada do PAT é o sistema de Disposição Oceânica da Boca do Rio, que é composto por implantação de rede de coleta, sistema de tratamento, disposição final, conjugado com intenso trabalho socioeducacional com as comunidades. Iniciada

em 2008, as ações de saneamento básico, realizadas em Salvador, beneficiarão cerca de 1,5 milhão de pessoas na capital baiana.

Na Baía de Todos-os-Santos, o Programa Água para Todos tem como objetivo beneficiar mais de 225 mil habitantes que vivem na cidade de Salvador e em mais 11 cidades que estão situadas no entorno da Baía de Todos-os-Santos, totalizando um investimento de R\$ 211,5 milhões. Segue abaixo Tabela dos municípios com população beneficiada e percentual de execução.

TABELA 15
PROGRAMA DE DESPOLUIÇÃO DA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Município	População beneficiada (mil)	Execução (%)
Maragogipe	7,2	9%
São Félix	4,2	100%
Muritiba	16	95,2%
Cachoeira	12,7	54%
Santo Amaro	22	17%
São Francisco do Conde	15,5	17%
Madre de Deus	7,8	81%
Candeias	45,5	33%
Simões Filho	23,6	17%
Itaparica	4,9	88%
Vera Cruz	38,9	42%

Fonte: Embasa/dez. 2010

Segue abaixo Tabela com índice de cobertura dos municípios da Baía de Todos-os-Santos:

TABELA 16
COBERTURA DE SANEAMENTO BÁSICO

Município	Índice de Cobertura Água	Índice de Cobertura Esgoto
Aratuípe	57%	-
Cachoeira	65%	34%
Candeias	89%	23,16%
Itaparica	68%	52%
Jaguaripe	47%	-
Madre de Deus	97%	87,59%
Maragogipe	61%	32%
Muniz Ferreira	35%	-
Muritiba	68%	14%
Nazaré	76%	-
Salinas da Margarida	86%	-
Salvador	91%	81,74%
Santo Amaro	77%	62%
São Félix	65%	29,66%
São Francisco do Conde	99%	42,99%
Saubara	92%	-
Simões Filho	68%	24,47%
Vera Cruz	80%	24%

Fonte: EMBASA, 2012

* (-) Sistema de esgoto desenvolvido pela Prefeitura do município

4.5.3 Gestão de Resíduos Sólidos

Sistema de Coleta

As condições inadequadas de limpeza urbana decorrem de uma série de fatores estruturais, que começam pela inexistência, na maioria dos municípios, de um sistema de coleta urbana eficiente, resultado geralmente das dificuldades financeiras aliadas à falta de capacidade administrativa e gerencial das prefeituras municipais e à falta de uma política nacional de resíduos sólidos. Outra causa para a situação detectada é também a falta de informação e conscientização das populações da região sobre a importância da higiene e limpeza. Essas questões poderão ser minimizadas por meio de capacitação em projetos de educação ambiental.

O problema, já bastante grave no que diz respeito aos sistemas de coleta, acentua-se dramaticamente quando se examinam os sistemas de destinação final do lixo em grande parte dos municípios da Baía de Todos-os-Santos. A disposição final desses resíduos sólidos, cerca de 80% do lixo coletado, geralmente se dá nos chamados lixões, áreas sem os mínimos cuidados em termos de conservação ambiental e controle da saúde pública, localizados em sítios inadequados, contribuindo para a degradação paisagística, ambiental e social desses lugares. Uma extensa lista de problemas decorrentes da instalação de “lixões” pode ser feita, como o entulhamento e poluição dos cursos de água e a disseminação da prática da “catação”, com pessoas buscando no lixo os meios de sobrevivência, de forma desumana.

A destinação final dos resíduos sólidos é de fundamental importância para a salubridade ambiental e tem sido, nas últimas décadas, um dos problemas mais sérios das localidades densamente povoadas da BTS. No contexto do Programa Bahia Azul, especificamente no projeto denominado de Projeto Metropolitano, a área de limpeza urbana foi contemplada com ações que objetivaram aprimorar o manejo dos resíduos sólidos urbanos nos aspectos referentes aos serviços de coleta, varrição, transporte e destinação final, em algumas localidades. A cidade de Salvador foi contemplada com intervenções importantes, como o Aterro Sanitário Metropolitano Centro, implantado em uma área de 250 ha, que recebe, de forma compartilhada, 2.400 toneladas/dia dos resíduos produzidos em Salvador, Simões Filho e Lauro de Freitas.

Para solucionar o problema da destinação final do lixo nas outras localidades que integram a BTS, os gestores dos municípios decidiram pela construção do aterro compartilhado, chamado “Ponta do Ferrolho”, que atende a Candeias, Madre de Deus e São Francisco do Conde. Por fim, o Aterro da Ilha atende aos municípios de Itaparica e Vera Cruz.

Quanto à coleta do lixo, a grande maioria dos municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos tem esse serviço realizado por suas respectivas prefeituras municipais. O município de Salvador conta com empresa especializada na coleta. O lixo é coletado pela Empresa de Limpeza Urbana de Salvador – Limpurb, órgão municipal responsável pela limpeza urbana. A coleta é realizada por meio de frota constituída por mais de 80 caminhões compactadores. Esses recolhem o lixo da cidade em horários regulares, levando a coleta para o Aterro Metropolitano Centro, parte via Estação de Transbordo de Resíduos Sólidos, e para o Aterro de Canabrava (resíduos inertes e hospitalares).

Os demais municípios, em sua totalidade, contam com serviços de coleta das próprias prefeituras, que utilizam caminhões compactadores e caçambas, tipo basculante. As coletas são realizadas diariamente.

Segue abaixo índice de cobertura de coleta de lixo nos domicílios atendidos no Polo Baía de Todos-os-Santos.

TABELA 17
COBERTURA DE COLETA DE LIXO

Municípios BTS	% de domicílios atendidos
Aratuípe	61
Cachoeira	67
Candeias	88
Itaparica	78
Jaguaripe	43
Madre de Deus	99
Maragogipe	62
Muniz Ferreira	68
Muritiba	69
Nazaré	83
Salinas da Margarida	96
Salvador	97
Santo Amaro	82
São Félix	69
São Francisco do Conde	93
Saubara	88
Simões Filho	84
Vera Cruz	82

Fonte: IBGE- Censo Demográfico 2010

4.5.4 Urbanização

A expansão urbana e a qualidade ambiental dos municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos mostram que o crescimento desordenado do espaço urbano, sem controle do poder público local, tem sido um dos principais responsáveis pelo surgimento dos graves problemas ambientais urbanos que comprometem a qualidade de vida das populações. A legislação dispõe de instrumentos legais, como a Lei de Uso e Parcelamento e o Plano Diretor Municipal, que permitem um maior controle sobre a especulação fundiária e imobiliária nos espaços municipais.

Esses instrumentos, no entanto, de forma quase que generalizada, não são aplicados nos municípios brasileiros em geral, e especificamente na maior parte dos municípios que integram o Polo Baía de Todos-os-Santos.

Como consequência, são muitos os impactos a que estão submetidos tanto os espaços urbanos menores quanto aqueles das grandes cidades. As áreas urbanas, por constituírem ambientes onde a ocupação e concentração humana se tornam intensas e muitas vezes desordenadas, tornam-se locais sensíveis às gradativas transformações antrópicas, à medida que se intensificam em frequência e intensidade o desmatamento, a ocupação irregular, a erosão e o assoreamento dos canais fluviais, dentre outros.

O turismo, como um setor de grande empregabilidade, tende a atrair movimentos de pessoas para áreas urbanas, contribuindo para que estas se expandam. Em Salvador, muitos foram os investimentos de grande porte que buscaram consolidar o ambiente urbano da cidade, de forma a minimizar a grande expansão que ocorreu nos últimos anos. Assim, dentre outros, Salvador ganhou um novo enlace rodoviário, o acesso Norte, em torno do qual foram construídos um grande complexo comercial/administrativo, o Iguatemi - Centro Administrativo da Bahia (CAB), de onde partiria o principal vetor de expansão metropolitano, Avenida Paralela-Estrada do Coco - BA-099.

Com as facilidades de acesso proporcionadas pelo novo desenho da BR-324 e Av. Paralela, em Salvador, foram construídos loteamentos dos mais diversos, muitos dos quais sem rede de infraestrutura de serviços básicos.

Parte consolidada da cidade foi beneficiada, fundamentalmente, por extensa rede de avenidas de vale. A dispersão aleatória de moradias passou a representar um enorme ônus para a Prefeitura de Salvador, na medida em que contribuiu para a favelização, compreendida entre as duas faixas urbanizadas litorâneas da vertente Atlântica e da Baía de Todos-os-Santos.

Contudo, a Baía de Todos-os-Santos e o Recôncavo se mantiveram preservados quanto à sua história e a dinâmica sociocultural, como foram nos últimos 450 anos com o açúcar, o fumo e o petróleo, resistindo às inovações e à modernização socioeconômica da capital, Salvador.

Podemos destacar a sede do município de Cachoeira, que foi contemplado com um investimento aproximado de R\$ 8 milhões do Programa Monumenta, que conta com financiamento do BID e o apoio da Unesco, cujo objetivo é preservar os sítios históricos urbanos e culturais. Já foram recuperados cerca de 20 imóveis, como também logradouros e imóveis privados. Vale ressaltar que o estímulo dado à cidade de Cachoeira pelo programa vem exercendo uma grande importância econômica e social para o município e para a região, como a dinamização do comércio através da atividade turística e a instalação da Universidade do Recôncavo. Em São Félix, foram investidos R\$ 2,4 milhões na nova iluminação, construção de calçada, estacionamento, jardim, praça, além da reforma da balaustrada com temas barrocos.

A verdade é que as cidades do entorno da Baía de Todos-os-Santos sempre tiveram uma relação compatível entre a ocupação urbana e a geografia da região, conservando-se praticamente intacta, principalmente em relação ao patrimônio histórico tangível, como edificações de uso residencial, religioso, administrativo, industrial, de serviços, constituído por casas térreas, sobrados, vilas operárias, igrejas, mercado, fábricas, armazéns, trapiches, dentre outros.

4.5.5 Transporte

O balanço do Denatran aponta que o Brasil, em 2009, fechou com 59.361.974 veículos registrados. Neste ano, a Bahia está no 8ª lugar, com mais de 2 milhões de veículos. Segundo o órgão, esta seria a frota circulante no país e considera carros, motos, caminhões e outros tipos de automotores inseridos no cadastro. Segundo o Detran-BA, no polo Baía de Todos-os-Santos foram registrados, entre os anos 2008/2009, cerca de 685 mil de veículos, 30% da frota baiana, sendo que Salvador possui 27% da frota baiana.

TABELA 18
VEÍCULOS REGISTRADOS, POR TIPO

Municípios	Ano	Automóvel	Caminhão	Camioneta	Micro-ônibus	Moto	Ônibus	Outros	Total
Aratuípe	2009	206	23	55	3	211	10	15	523
Cachoeira	2009	1.293	96	259	79	570	74	62	2.433
Candeias	2008	6.332	1.168	1.046	207	1.898	277	1.740	12.668
Itaparica	2008	517	27	131	30	356	25	62	1.148
Jaguaripe	2009	199	33	81	7	260	21	7	608
Madre de Deus	2008	706	84	145	25	143	31	113	1.247
Maragogipe	2009	975	107	122	22	788	16	42	2.072
Muniz Ferreira	2009	267	33	75	55	235	3	9	677
Muritiba	2009	1.484	322	186	30	1.024	36	230	3.312
Nazaré	2009	1.509	214	318	39	1.485	25	220	3.810
Salinas da Margarida	2008	136	19	38	3	88	3	12	299
Salvador	2008	465.368	16.084	58.103	3.153	63.721	8.061	10.565	625.055
Santo Amaro	2009	2.494	210	516	91	1.878	385	265	5.839
São Félix	2009	720	48	85	19	264	12	24	1.172
São Francisco do Conde	2009	1.249	153	262	60	783	89	205	2.801
Saubara	2009	172	15	56	11	127	1	24	406
Simões Filho	2008	7.806	2.602	1.721	351	2.216	651	1.750	17.097
Vera Cruz	2008	1.003	127	329	123	599	25	84	2.290
Total		492.436	21.365	63.528	4.308	76.646	9.745	15.429	683.457

Fonte: Detran, 2010

4.5.6 Energia

Em 2009, o Estado da Bahia atingiu uma proporção de 96,5% dos domicílios particulares permanentes iluminados com energia elétrica, o que significa que falta muito pouco para a universalização do acesso à energia em todo o Estado. Esse desempenho foi resultado, principalmente, da melhoria do fornecimento de energia aos domicílios do meio rural, que foi de 88,9%, no mesmo ano. Nas áreas urbanas, onde a proporção de domicílios particulares permanentes com iluminação elétrica foi de 99,7%, em 2009, a universalização do fornecimento de energia é praticamente uma realidade.

TABELA 19
CONSUMIDORES DE ENERGIA ELÉTRICA, POR CLASSE

Municípios	Ano	Residencial	Industrial	Comercial	Rural	Serviços e Poderes Públicos	Outros (1)	Total
Aratuípe	2009	2.074	8	74	200	02	-	2.419
Cachoeira	2009	9.383	53	592	756	302	-	11.086
Candeias	2008	24.885	127	1.758	135	192	3	27.100
Itaparica	2008	8.028	15	409	12	97	1	8.562
Jaguaripe	2009	4.392	10	60	315	95	-	4.972
Madre de Deus	2008	6.119	14	326	2	78	-	6.359
Maragogipe	2009	10.420	37	583	1.593	248	1	12.882
Muniz Ferreira	2009	2.041	6	74	288	55	-	2.464
Muritiba	2009	8.347	33	392	852	206	1	9.831
Nazaré	2009	7.784	33	575	143	189	2	8.726
Salinas da Margarida	2008	4.455	7	217	17	120	-	4.816
Salvador	2008	861.214	3.643	75.209	24	2.966	41	943.097
Santo Amaro	2009	17.619	52	1.076	502	420	1	19.670
São Félix	2009	3.284	13	198	209	141	-	3.845
São Francisco do Conde	2009	9.544	27	352	31	356	2	10.312
Saubara	2009	6.646	9	299	4	100	-	7.058
Simões Filho	2008	32.298	308	1.915	75	214	3	34.813
Vera Cruz	2008	23.195	52	1.146	29	569	3	24.994
TOTAL		1.041.728	4.447	85.255	5.187	6.411	58	1.143.006

Fonte: Coelba, 2010

(1) Consumidores próprios dos sistemas Coelba

(-) Dados indisponíveis

4.5.7 Segurança Pública

Entre os anos de 2010/2011, as ocorrências em unidades policiais na BTS somaram 19.471 ocorrências, tais como uso e tráfico de tóxicos, lesões corporais, homicídios, furtos e roubos, dentre outros. Contudo, cerca de 40% referem-se a furtos e roubos, conforme tabela abaixo:

TABELA 20
OCORRÊNCIAS NAS UNIDADES DE POLICIAIS

Município	Furtos e Roubos	Homicídio	Lesão Corporal	Tráfico de Tóxicos	Veículos recuperados, Flagrante e Apreensão Arma	Total
Aratuípe	2	2	-	2	6	12
Cachoeira	8	4	2	5	19	37
Candeias	154	122	13	10	97	396
Itaparica	7	26	8	28	54	123
Jaguaripe	7	4	1	-	10	22
Madre de Deus	6	10	-	28	39	83
Maragogipe	-	-	-	-	-	-
Muniz Ferreira	4	1	-	1	5	11
Muritiba	5	2	2	-	20	29
Nazaré	3	10	4	5	4	26
Salinas da Margarida	-	4	1	1	6	12
Salvador	7.738	2.649	372	1.029	5.982	17.700
Santo Amaro	15	32	8	21	4	80
São Felix	6	4	-	4	12	14
São Francisco do Conde	4	20	7	6	21	58
Saubara	1	-	-	2	-	3
Simões Filho	204	130	29	26	299	688
Vera Cruz	9	35	3	12	35	94
Total	8.173	3.055	450	1.180	6.613	19.388

Fonte: SSP-BA Estatística dos registros e ocorrências policiais dos municípios BTS - 2010/2011 SSP-BA/CEDEP, 2010/2011

4.5.8 Rede Bancária

Em relação à rede bancária, verifica-se que cinco municípios da BTS não possuem agências bancárias. Apenas quatro municípios têm agências bancárias de natureza federal e 50% dos municípios da BTS possuem bancos privados e federais, conforme Tabela abaixo:

TABELA 21
DISTRIBUIÇÃO DE AGÊNCIAS BANCÁRIAS

Municípios	Ano	Natureza Administrativa	
		Federal	Particular
Aratuípe	2009	-	-
Cachoeira	2009	2	1
Candeias	2008	2	3
Itaparica	2008	-	1
Jaguaripe	2009	-	-
Madre de Deus	2008	1	-
Maragogipe	2009	1	-
Muniz Ferreira	2009	-	-
Muritiba	2009	1	1
Nazaré	2009	2	1
Salinas da Margarida	2008	-	-
Salvador	2008	83	159
Santo Amaro	2009	2	1
São Félix	2009	1	-
São Francisco do Conde	2009	2	1
Saubara	2009	-	-
Simões Filho	2008	4	3
Vera Cruz	2008	1	-
TOTAL		102	171

Fonte: Banco Central, 2010

4.5.9 Comunicações

TABELA 22
AGÊNCIAS DE CORREIOS E UNIDADES OPERACIONAIS DE ATENDIMENTO

Municípios	Ano	Total	Agência de Correio	Agência de Correio Comunitária	Agência de Correio Franqueada	Caixa de Coleta	Posto de Venda de Selos	Outros
Aratuípe	2009	2	1	1	-	-	-	-
Cachoeira	2009	4	1	-	-	3	-	-
Candeias	2008	2	1	-	-	1	-	-
Itaparica	2008	3	1	1	-	1	-	-
Jaguaripe	2009	2	1	-	-	1	-	-
Madre de Deus	2008	1	1	-	-	-	-	-
Maragogipe	2009	2	1	-	-	1	-	-
Muniz Ferreira	2009	2	1	-	-	1	-	-
Muritiba	2009	3	1	1	-	1	-	-
Nazaré	2009	2	1	-	-	1	-	-
Salinas da Margarida	2008	4	1	1	-	2	-	-
Salvador	2008	348	33	-	42	204	35	34
Santo Amaro	2009	5	1	3	-	1	-	-
São Félix	2009	3	1	-	-	2	-	-
São Francisco do Conde	2009	3	2	-	-	1	-	-
Saubara	2009	3	1	2	-	-	-	-
Simões Filho	2008	5	1	-	1	2	-	1
Vera Cruz	2008	9	1	6	-	1	1	-

Fonte: EBCT

Nota-se que todos os municípios do Polo Baía de Todos-os-Santos são beneficiados por agências de Correio.

4.5.10 Emissoras de Rádio e TV

TABELA 23 – QUANTITATIVO DE EMISSORAS DE RÁDIO E TV

Municípios	FM	AM	TV	Total
Candeias	1			1
Muritiba		1		1
Nazaré	1			1
Salvador	12	8	6	26
Santo Amaro		1		1
Vera Cruz	1			1
Total	15	10	6	31

Fonte: DMC - BAHIA, 2010

Verifica-se que 33% dos municípios da BTS possuem emissoras de TV ou rádio.

4.5.11 Conclusões

O fluxo de turistas na Baía de Todos-os-Santos poderia ser facilitado através da implantação de um anel de contorno rodoviário a ser construído no entorno da Baía de Todos-os-Santos, para a melhoria das condições de tráfego entre Maragogipe e a BA-245 (próxima a Nazaré). Esta intervenção possibilitaria uma via turística entre Santo Amaro e a Ilha de Itaparica, que passaria por quatro importantes destinos (Cachoeira, São Félix, Maragogipe e Nazaré), oferecendo um circuito histórico-cultural.

Para a melhor integração entre os municípios da Baía de Todos-os-Santos, a sinalização turística e de trânsito, ao longo dessas vias, também precisa ser implementada ou melhorada para garantir uma maior autonomia e segurança dos viajantes, complementarmente às ações educativas.

A região, apesar de muito próxima a Salvador, sofre com a deficiência de acesso que permita a integração dos diversos municípios e atrativos turísticos. Isto dificulta o desenvolvimento de roteiros e produtos turísticos, reduzindo o aproveitamento do potencial existente, que é disperso, por todo o território da região e é composto por rico patrimônio natural e cultural, material e imaterial.

A Via de Contorno da BTS será o eixo rodoviário principal da região, do qual deverão partir acessos secundários às localidades, atrativos e aos píeres e rampas que conectam a borda com o ambiente náutico da baía.

O sistema aeroviário encontra-se insatisfatório, principalmente no que diz respeito ao terminal de passageiros do Aeroporto de Salvador, já que houve um aumento de 61% no fluxo de passageiros nos últimos cinco anos.

Para atender às projeções de crescimento do tráfego aéreo e do fluxo de passageiros, tornam-se necessárias mudanças na estrutura do aeroporto, como ampliação de dois pátios, sistema de raio-X, além de melhorias de sanitários, iluminação, sistema de som e equipamentos nos terminais de passageiros.

A navegação nas Ilhas da Baía de Todos-os-Santos, no canal de Itaparica e no Rio Paraguaçu, também pode ser melhorada com novos equipamentos. As ações devem contemplar melhores condições para atracação, melhorias nos sistemas de transporte marítimo e fluvial (modernização de terminais e embarcações e maior aproveitamento para o turismo), viabilização de marinas e maior divulgação de roteiros, incluindo a interligação dos modais, marítimo e rodoviário.

O transporte ferroviário de passageiros é praticamente inexistente e ainda possui grande potencial que pode ser desenvolvido no Polo Baía de Todos-os-Santos, seja com a instalação de rotas de longa distância ou com a implementação de roteiros turísticos em trechos curtos.

Como dificuldade adicional ao desenvolvimento do transporte ferroviário de passageiros no Polo Baía de Todos-os-Santos, verifica-se a insuficiência de terminais intermodais, onde o passageiro possa, em pouco tempo, passar do transporte rodoviário, ou mesmo hidroviário, para o transporte ferroviário, diminuindo o tempo de viagem, fator importante para o turista que se desloca para esses destinos.

5. DIAGNÓSTICO DA ÁREA TURÍSTICA

5.1 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA

5.1.1 Panorama geral do turismo na Bahia

O turismo, para a região Nordeste, vem se constituindo em uma importante atividade para o seu desenvolvimento econômico, além de contribuir para a preservação dos atrativos naturais e da cultura local. Uma das principais contribuições do turismo para a região Nordeste é sua capacidade de impulsionar o crescimento de muitas de suas localidades, contribuindo para a diminuição das desigualdades regionais no país.

A Bahia é um dos estados da região que mais vem se beneficiando com o turismo. No que se refere ao turismo doméstico, por exemplo, a Bahia posiciona-se em 1º lugar entre os estados do Nordeste e responde pelo 4º principal destino das viagens dos brasileiros, com mais de 8% do total das viagens (Gráficos 14 e 15).

GRÁFICO 14

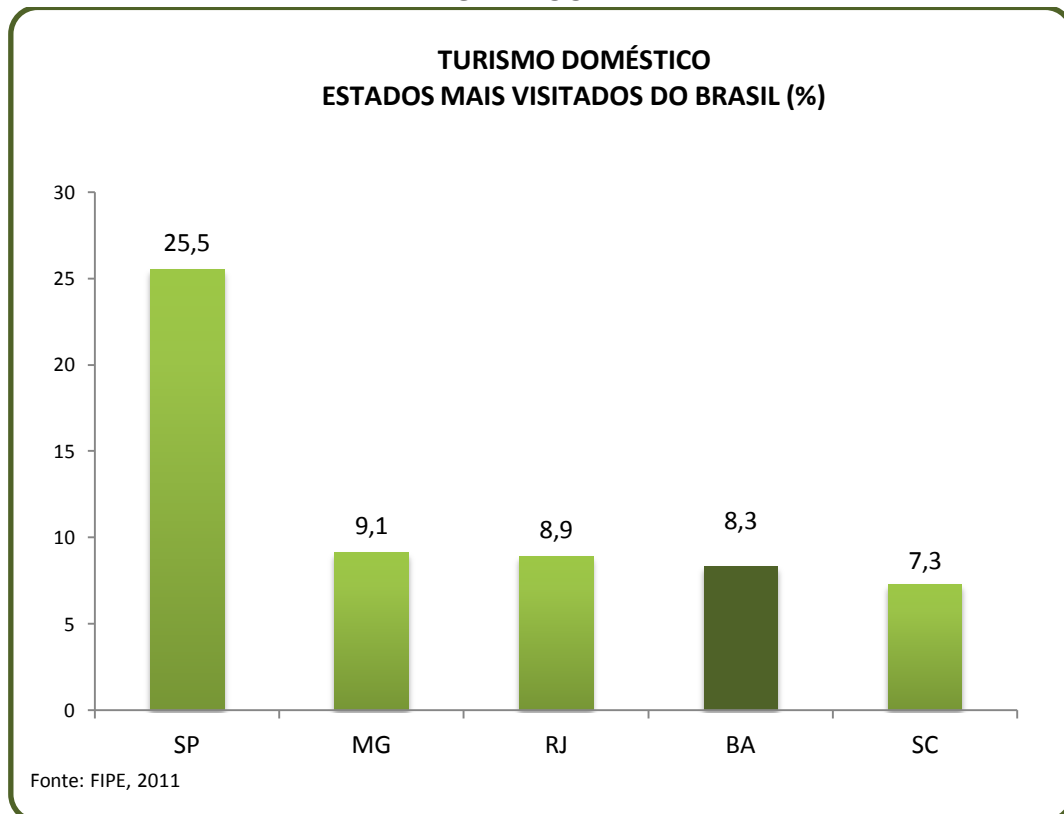
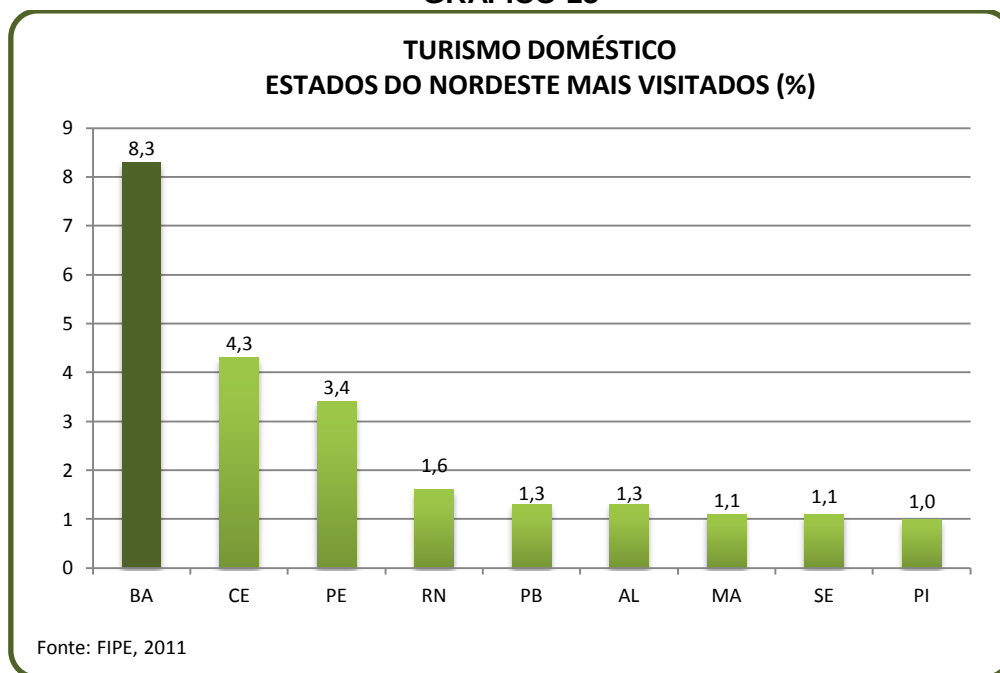


GRÁFICO 15



A exemplo do que ocorre na maioria dos estados, a principal origem dos visitantes domésticos da Bahia é dada pelos residentes do próprio estado, seguida pelos turistas dos estados de São Paulo e de Minas Gerais que, juntos, respondem por cerca de $\frac{3}{4}$ do total.

No que se refere ao turismo internacional, mesmo considerando-se a distância do Cone Sul, a Argentina predomina como o principal país emissor de turistas para a Bahia. Outros importantes emissores para o estado são: Espanha, Alemanha, Inglaterra, França, Itália, Estados Unidos e Portugal.

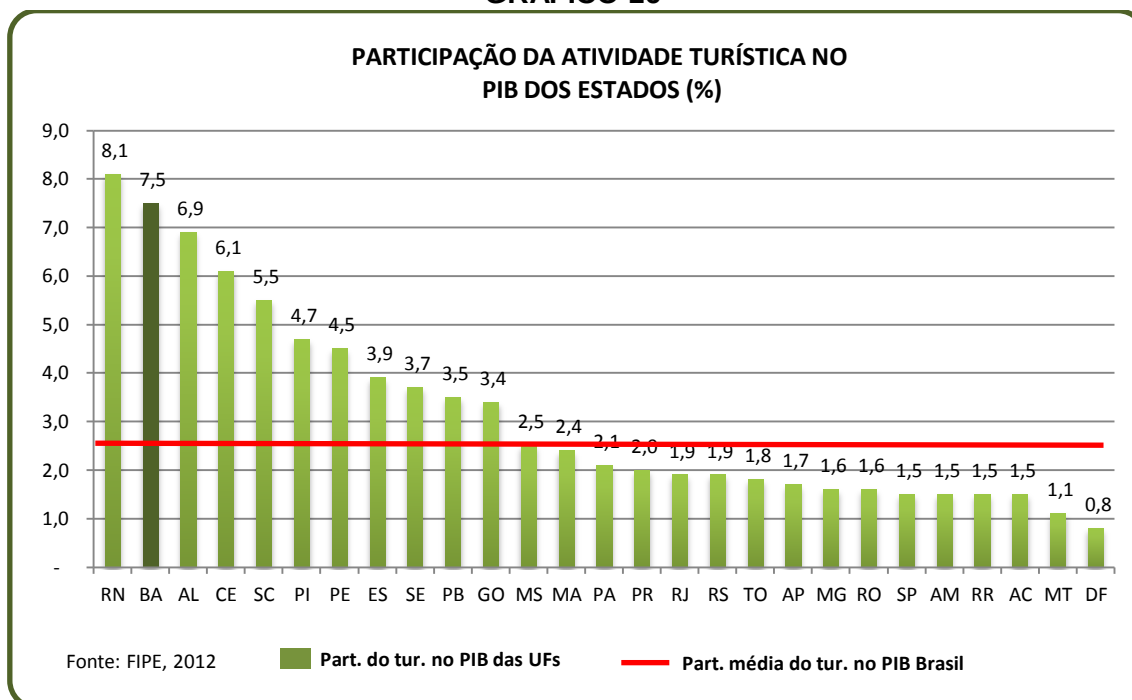
5.1.2. Importância do turismo no PIB da Bahia

Assim como na região Nordeste como um todo, especialmente na Bahia o turismo apresenta-se como importante atividade para a expansão de sua economia, por sua capacidade de gerar divisas, empregos, renda e impulsionar diferentes segmentos produtivos. Segundo estimativas realizadas pela Fipe, em 2011, a participação do setor turístico no PIB da Bahia ocupa a segunda posição das unidades da federação em ordem de importância do turismo nos PIBs estaduais, com 7,5% de participação do turismo no PIB baiano, conforme o Gráfico 17.

Apenas o Rio Grande do Norte tem uma importância relativa maior, 8,1%, embora em termos absolutos seja menor. Por outro lado, o estado de São Paulo, embora em termos absolutos, seja a primeira UF em receitas do turismo, em termos relativos, o turismo responde por apenas 1,5% de seu PIB.

Para se ter uma ideia do significado do impacto do turismo para a maior parte dos estados do Nordeste, convém salientar que estimativas preliminares da importância do turismo na economia do país indicam uma contribuição da ordem de 2,5% do PIB do Brasil. Dentre as 10 primeiras unidades da federação, exceto Santa Catarina e Espírito Santo, todas são da região Nordeste.

GRÁFICO 16



5.1.3 Caracterização e dimensionamento do turismo receptivo na Bahia

Neste capítulo analisa-se a demanda turística a partir da pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional na Bahia e Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico na Bahia, ambas desenvolvidas pela Fipe, que consistiram em levantamentos e descrições do perfil dos turistas, bem como de dimensionamento dos fluxos turísticos receptivos que visitam o Estado da Bahia. O levantamento de campo, realizado entre os anos de 2008 e 2009, foi composto por entrevistas diretas a turistas, nos 37 principais destinos turísticos do Estado. Já o estudo realizado no ano de 2011 contemplou 44 localidades turísticas.

No ano de 2011 foram realizadas mais de 17,2 mil entrevistas diretas, em momentos distintos do ano: em meses de alta temporada (julho a dezembro); média/baixa (agosto e setembro); e em meses em que ocorrem os eventos juninos (junho) e religiosos (agosto e outubro). Foram também realizados diversos levantamentos de dados visando ao dimensionamento dos fluxos turísticos nessas localidades e etapas. Por fim, foi realizado um estudo de segmentação da demanda turística real da Bahia.

Os resultados obtidos apontam que a Bahia recebeu no ano de 2011 cerca de 11.015.000 turistas, conforme projeção da Fipe. De acordo com a projeção calculada pela mesma sobre a estimativa do fluxo turístico para a Bahia, e a pesquisa realizada nas regiões turísticas em 2011, verificou-se que a participação do fluxo turístico no Estado foi distribuído da seguinte forma:

TABELA 24**PARTICIPAÇÃO DAS REGIÕES TURÍSTICAS NO FLUXO TURÍSTICO
RECEPTOR DOMÉSTICO E INTERNACIONAL DA BAHIA (em %)**

REGIÃO TURÍSTICA	%
Baía de Todos-os-Santos	36,9
Costa do Descobrimento	14,1
Costa dos Coqueiros	10,1
Costa do Cacau	6,2
Costa do Dendê	5,8
Costa das Baleias	5,5
Caminhos do Sertão	5,2
Chapada Diamantina	4,5
Caminhos do Oeste	4,3
Caminhos do Sudoeste	2,3
Lagos e Cânions do São Francisco	1,5
Caminhos do Jiquiriçá	0,9
Vale do São Francisco	0,5
Nenhuma	2,3
TOTAL	100,0

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Em particular, destacam-se as cidades de Salvador, Porto Seguro e Ilhéus. Os principais países emissores de turistas para a Bahia são Argentina (com quase 19,0%), Espanha (12,9%), Itália (9,8%), França (8,7%), Alemanha (7,7%), Estados Unidos (7,1%), dentre outros. O gasto médio *per capita* dos turistas domésticos efetivado somente dentro da Bahia foi de R\$595,40, e o gasto médio *per capita* dos turistas internacionais foi de R\$1.315,84, mais que o dobro dos turistas domésticos.

A região Nordeste é a principal emissora de turistas domésticos para a Bahia (58,8%) seguida pela região Sudeste (32,5%).

Cerca de 37% dos turistas domésticos e 14,9% dos turistas estrangeiros que visitam a Bahia hospedam-se em casas de amigos e parentes. O gasto turístico *per capita* médio diário do turista doméstico é de R\$ 88,04 e do turista internacional, R\$ 98,53.

5.1.4 Demanda Turística da Bahia

De acordo com dados das pesquisas da Fipe, o Estado da Bahia recebeu cerca de 10,2% dos turistas estrangeiros que visitam o Brasil, enquanto 6,9% dos turistas domésticos têm a Bahia como destino principal. No total, a Bahia responde por 7% dos turistas no Brasil.

A receita turística anual do Estado da Bahia é de cerca de R\$ 7 bilhões, dos quais 89,5% são provenientes do fluxo de turistas domésticos. Já a receita proveniente do fluxo internacional foi de R\$ 734,3 milhões, representando 10,5% da receita total.

Cabe ressaltar que a participação do mercado internacional na receita turística da Bahia é superior à participação desse mercado no número de turistas. Essa diferença se deve às diferenças nos padrões de duração da viagem e gasto diário.

TABELA 25
FLUXO X RECEITA

Fluxo	Nº Turistas (milhões)	Receita Turística (milhões R\$)
Internacional	558.000	734,3
Doméstico	10.457.000	6.226,1
Total	11.015.000	6.960,4

FONTE: FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2011

Origem dos Turistas

Como visto, a principal fonte de emissivo de visitantes da Bahia é o mercado doméstico, respondendo por cerca de 95% do número e 85% das receitas. O turismo internacional, mesmo inferior em número, responde por maiores contribuições *per capita* em termos de receita.

Turistas Domésticos

Em relação às **Unidades da Federação**, observa-se uma clara predominância de estados do Nordeste como emissores de turistas à Bahia, com destaque para o próprio Estado, que representa mais da metade (50,7%) dos visitantes domésticos. A região Sudeste também se mostra bastante expressiva (32,5%), pois é onde se encontram os segundo e terceiro principais emissores de turistas: São Paulo (16,6%) e Minas Gerais (7,4%).

TABELA 26
UNIDADE FEDERATIVA DE RESIDÊNCIA DOS VISITANTES DOMÉSTICOS (em %)

NORDESTE		SUDESTE		CENTRO-OESTE		SUL		NORTE	
BA	50,7	SP	16,6	DF	2,8	PR	1,6	AM	0,1
SE	3,4	MG	7,4	GO	1,0	RS	1,3	PA	0,1
PE	2,7	RJ	4,9	MS	0,2	SC	0,9	RO	0,1
CE	0,7	ES	3,6	MT	0,2			TO	0,1
AL	0,6							RR	0,0
PB	0,4							AP	0,0
PI	0,3							AC	0,0
RN	0,3								
MA	0,2								
TOTAL	59,3		32,5		4,2		3,8		0,4

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Como se pode ver, a seguir, a participação da Bahia no fluxo doméstico do Brasil é de 8,3%, ficando, assim, em quarto lugar no ranking dos estados que mais recebem turistas no país, depois de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

TABELA 27
FLUXO DOMÉSTICO BRASILEIRO

ESTADO	PARTICIPAÇÃO
SÃO PAULO	25,5%
MINAS GERAIS	9,1%
RIO DE JANEIRO	8,9%
BAHIA	8,3%
SANTA CATARINA	7,3%

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Dentre os estados do Nordeste, a Bahia está em primeiro lugar com quase 50% a mais que o segundo colocado, que é Pernambuco, conforme Tabela a seguir.

TABELA 28
FLUXO DOMÉSTICO DOS ESTADOS DO NORDESTE

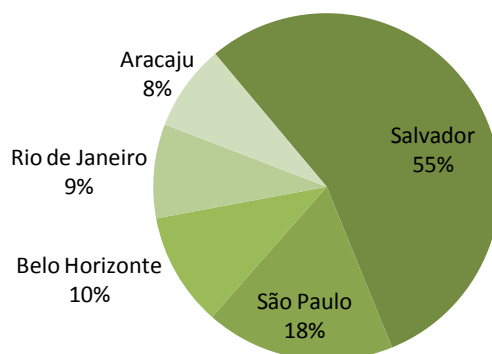
ESTADO	PARTICIPAÇÃO
BAHIA	8,3%
CEARÁ	4,3%
PERNAMBUCO	3,4%
RIO GRANDE DO NORTE	1,6%
PARAÍBA	1,3%
ALAGOAS	1,3%
MARANHÃO	1,1%
SERGIPE	1,1%
PIAUÍ	1,0%

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Em relação às cidades emissoras de turistas para a Bahia, situam-se como principais: Salvador-BA (que responde por 18,0% das visitas para as demais localidades do Estado), São Paulo-SP (10,7%) e Belo Horizonte-MG (4,0%), as quais acumulam mais de 1/3 do total de visitantes domésticos para a Bahia.

GRÁFICO 17

**Turismo Doméstico
Principais Cidades Emissoras**



Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

No Estado da Bahia, Salvador é responsável pela atração de 32,5% de todo o fluxo receptor doméstico da Bahia. Porto Seguro vem em segundo lugar, seguido com 9%, e Ilhéus, com 4,3%.

TABELA 29

Participação dos destinos no fluxo doméstico do Estado

Destino	Participação média (%)
Salvador	32,5
Porto Seguro	9,0
Ilhéus	4,3
Prado	3,8
Praia do Forte	3,5
Morro de São Paulo	3,4
Arraial D'Ajuda	3,3
Costa de Sauípe	2,9
Imbassaí	2,7
Maraú	2,5
Itacaré	2,2
Lençóis	1,8
Trancoso	1,0
Cairu	0,4

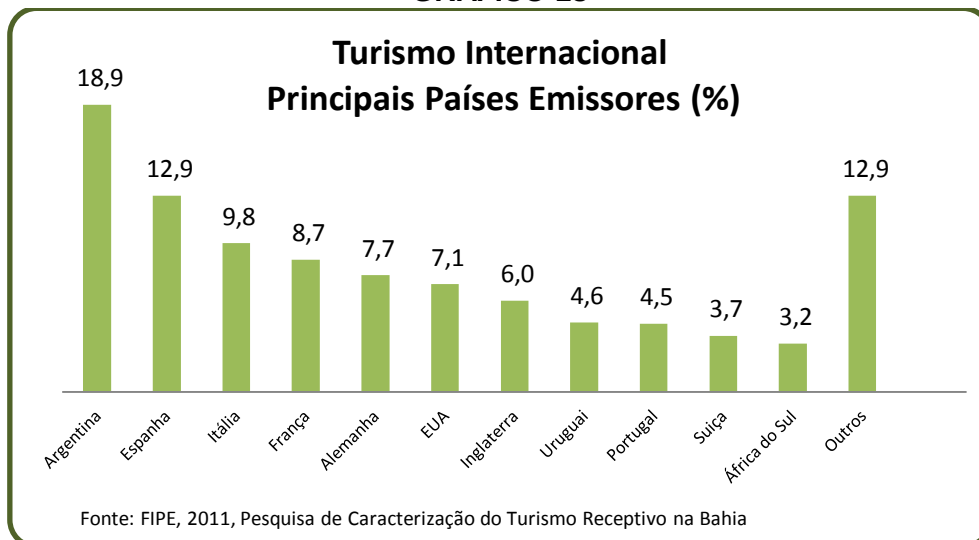
Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Turistas Internacionais

O fluxo turístico receptor internacional da Bahia é distribuído entre um grande número de países emissores. Não há um país que apresente destacada posição no ranking de

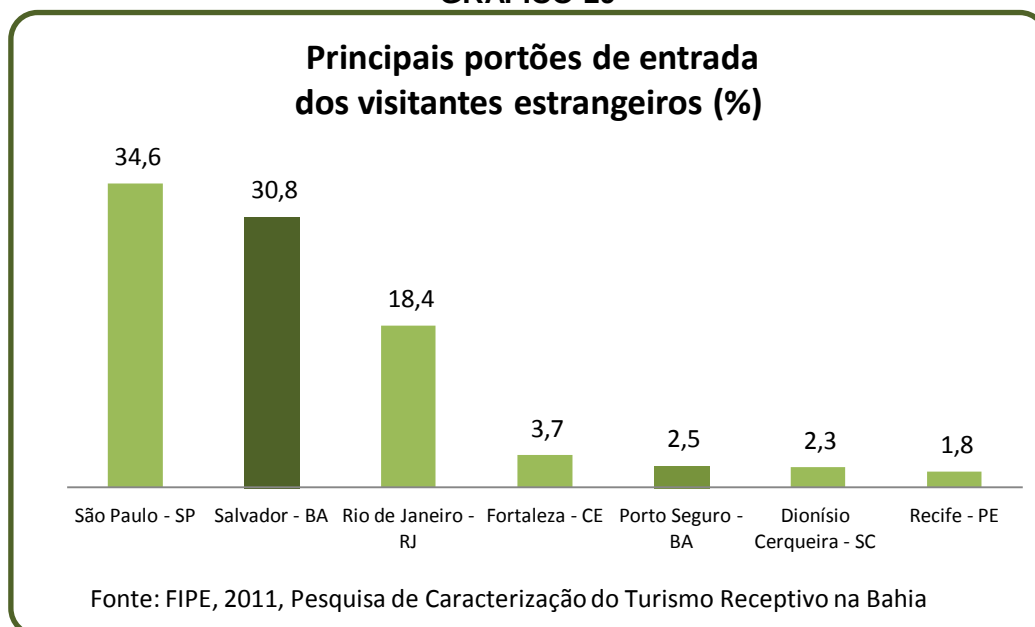
principais mercados emissores. A diferença de participação no fluxo receptor internacional entre o primeiro e o sexto desse ranking é de 12 pontos percentuais. Os principais países emissores são Argentina (com quase 19,0%), Espanha (12,9%), Itália (9,8%), França (8,7%), Alemanha (7,7%), Estados Unidos (7,1%), dentre outros.

GRÁFICO 18



Interessante observar que, mesmo para os que se utilizam do transporte aéreo, parcelas significativas ingressam no Estado por outros portões de entrada do país. O município de São Paulo-SP é claramente o principal portão de entrada de turistas internacionais, com 34,6% dos que visitam o estado, seguido de Salvador-BA, com 30,8% e Rio de Janeiro-RJ, com 18,4%.

GRÁFICO 19



O montante do fluxo de turistas estrangeiros que visitaram o Brasil no ano de 2011 é de 4.810.344. Destes, cerca de 11,6% (558.000) visitaram a Bahia, que ocupa a quinta posição no ranking dos estados que mais recebem turistas internacionais.

TABELA 30
FLUXO INTERNACIONAL DO BRASIL

ESTADO	PARTICIPAÇÃO
SÃO PAULO	38,0%
RIO DE JANEIRO	37,0%
SANTA CATARINA	21,1%
PARANÁ	20,4%
BAHIA	11,6%
RIO GRANDE DO SUL	8,8%
MINAS GERAIS	7,6%
CEARÁ	3,7%
PERNAMBUCO	3,4%

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

No ranking internacional dos estados do Nordeste que recebem turistas internacionais, a Bahia está na primeira posição, conforme Tabela abaixo:

TABELA 31
FLUXO INTERNACIONAL DOS ESTADOS DO NORDESTE

ESTADO	PARTICIPAÇÃO
BAHIA	11,6%
CEARÁ	3,7%
PERNAMBUCO	3,4%
RIO GRANDE DO NORTE	2,5%
ALAGOAS	1,1%
MARANHÃO	0,9%
PARAÍBA	0,7%
SERGIPE	0,3%
PIAUÍ	0,2%

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Vale ressaltar que Salvador é o principal destino turístico internacional do Estado. A capital baiana ocupa a primeira posição no ranking de maiores destinos de todos os mercados emissores. Porto Seguro também se destaca como grande destino receptor de turistas internacionais.

TABELA 32**PARTICIPAÇÃO DOS DESTINOS NO FLUXO INTERNACIONAL DO ESTADO**

Destino	Participação média (%)
Salvador	67,0
Porto Seguro/ Trancoso / Arraial D'Ajuda	21,5
Mata de São João/ Praia do Forte / Sauípe / Imbassaí	12,9
Cairu / Morro de São Paulo	10,7
Maraú	9,8
Lençóis	8,9
Itacaré	7,7

Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Diante do exposto, concluímos que a Bahia lidera o ranking doméstico e internacional dos estados do Nordeste, contabilizando mais turistas do que o Ceará e Pernambuco juntos.

No fluxo doméstico, a Bahia lidera com 8,3% da participação no fluxo brasileiro, enquanto no fluxo internacional, o Estado recebe mais turistas do que todos os estados nordestinos juntos.

5.1.5 Perfil do Turista que visita a Bahia

Apresentam-se aqui as caracterizações de comportamento dos turistas da Bahia, bem como as avaliações dos turistas acerca da infraestrutura, equipamentos e serviços, preços, atrativos, fidelidade e frequência de visita.

O conhecimento do perfil é uma primeira etapa para um processo de segmentação. Este processo tem duas finalidades primárias: (a) o acompanhamento das tendências referentes aos diferentes segmentos atendidos pelos destinos e um eventual monitoramento da performance das ações e programas implantados; (b) conhecimento detalhado das características de cada segmento, permitindo definir ações, programas e planos mais adequados a cada segmento, focalizando segmentos preferenciais e posicionando seu destino conforme sua capacidade competitiva e oportunidades do mercado.

O perfil do turista da Bahia tem por base a pesquisa Dimensionamento e Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia, contratada pela Setur e realizada pela Fipe. Tal sondagem, por sua vez, está fundamentada na mesma pesquisa realizada em 2008/2009.

Informações por segmento

Gênero

Nota-se a predominância do gênero masculino (53,4%) entre os turistas que visitam a Bahia.

TABELA 33
GÊNERO (em %)

Gênero	Total
Feminino	46,6
Masculino	53,4
Total	100,0

Fonte: FIPE, 2011

Faixa Etária⁴

A média etária dos turistas da Bahia é de 39 anos, destacando-se as faixas etárias de 32 a 40 anos (24,8%) e 25 a 31 anos (21,8%).

TABELA 34
FAIXA ETÁRIA (em %)

Faixa Etária	Total
18 a 24 anos	14,0
25 a 31 anos	21,8
32 a 40 anos	24,8
41 a 50 anos	18,5
51 a 59 anos	10,4
60 anos ou mais	10,5
Total	100,0
Média (em anos)	39,0

Fonte: FIPE, 2011

Grau de Instrução⁵

Evidencia-se que a maioria dos visitantes do Estado possui nível superior médio completo (42,5%) ou nível superior também completo (40,7%).

TABELA 35
GRAU DE INSTRUÇÃO (em %)

Grau de Instrução	Total
Sem Instrução Formal / Primário Incompleto	2,6
Primário Completo	5,0
Fundamental Completo	7,0
Médio Completo	35,3
Superior Completo	15,0
Total	100,0

Fonte: FIPE, 2011

⁴ Os critérios da pesquisa requeriam uma idade mínima de 18 anos para o indivíduo ser entrevistado.

⁵ O item “superior completo” também engloba pessoas com pós-graduação.

Ocupação

Os assalariados são predominantes entre os turistas que visitam o Estado da Bahia. Profissionais autônomos e empresários também representam uma parcela importante da demanda:

TABELA 36
PRINCIPAL OCUPAÇÃO PROFISSIONAL (em %)

Grau de Instrução	Total
Assalariado	45,4
Autônomo	12,7
Empresário	11,1
Profissional liberal	10,9
Aposentado	7,8
Estudante	5,3
Do lar	3,0
Total	100,0

Fonte: FIPE, 2011

Renda Média Mensal

Para uma análise mais apurada, esse resultado foi analisado separando-se os turistas domésticos e internacionais.

A renda média mensal individual dos turistas domésticos que vistam a Bahia é de R\$ 4.262,99. Já a sua renda média mensal familiar é de R\$ 6.431,91, total, e R\$ 2.300,63 *per capita*.

Os turistas internacionais possuem rendas maiores que os domésticos em todas as categorias: R\$10.108,93 de renda familiar, R\$4.762,53 de renda familiar *per capita* e R\$ 7.808,25 de renda média individual.

TABELA 37
RENDA MÉDIA MENSAL (em R\$)

Renda Média	Doméstico	Internacional
Familiar	6.431,91	10.108,93
Familiar <i>per capita</i>	2.300,63	4.762,53
Individual	4.262,99	7.808,25

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Gasto Médio

O gasto médio no total (incluindo a Bahia) da viagem dos turistas domésticos foi de R\$ 1.775,72 e dos turistas internacionais foi de R\$ 7.944,23.

TABELA 38
GASTO MÉDIO NA VIAGEM (em R\$)

Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	1.775,72	7.944,23

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Do gasto médio no total da viagem dos turistas domésticos (R\$ 1.775,7), parcela expressiva foi consumida no Estado da Bahia (R\$ 1.079,08, cerca de 60%). Já dos estrangeiros (R\$ 7.944,2), a parcela consumida no Estado é bem menos significativa (R\$ 2.323,5, cerca de 30%). Mesmo sendo menor a parcela gasta no Estado relativamente, ainda assim os gastos dos turistas estrangeiros representam mais do que o dobro dos domésticos.

O gasto médio *per capita* dos turistas domésticos é de R\$ 595,4 e dos turistas internacionais é de R\$ 1.315,8. O gasto médio *per capita* dia dos turistas domésticos é de R\$ 88,0 e dos turistas internacionais é de R\$ 98,5.

TABELA 39
GASTO MÉDIO NA BAHIA (em R\$)

Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	1.079,08	2.323,49
Gasto médio <i>per capita</i>	595,40	1.315,84
Gasto médio <i>per capita</i> dia	88,04	98,53

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

O gasto médio total realizado pelos turistas domésticos na localidade da pesquisa foi de R\$ 877,8 e pelos turistas internacionais, de R\$ 1.512,4.

TABELA - 40
GASTO MÉDIO NA LOCALIDADE (em R\$)

Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	877,75	1.512,40

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Na pesquisa de 2011, a estrutura dos gastos é composta por:

TABELA - 41
COMPOSIÇÃO DOS GASTOS REALIZADOS NA BAHIA (em %)

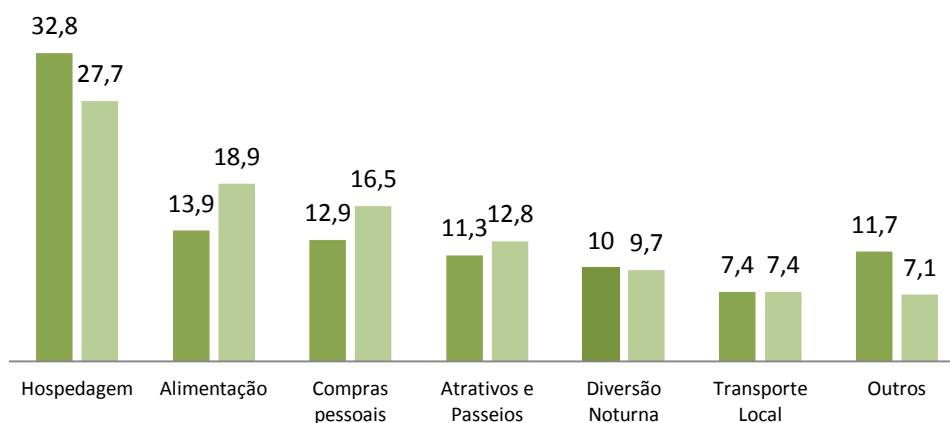
Serviços	Doméstico	Internacional
Hospedagem	32,8	27,7
Alimentação	13,9	18,9
Compras pessoais	12,9	16,5

Atrativos e Passeios	11,3	12,8
Diversão Noturna	10,0	9,7
Transporte Local	7,4	7,4
Outros	11,7	7,1
TOTAL	100,0	100,0

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

GRÁFICO 20

Composição dos gastos realizados na Bahia (em %)



Fonte: FIPE, 2011, Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Motivação da Viagem para a Bahia

Diferentemente da pesquisa de 2008/2009, na pesquisa de 2011 a caracterização da viagem distinguiu os turistas nacionais dos estrangeiros, visando obter resultados que contribuíssem para o melhor conhecimento da realidade do turismo no Estado e ao aprimoramento das estratégias de suas políticas públicas. Essas características foram analisadas e confrontadas pela origem dos turistas, nacionais ou estrangeiros.

Para os turistas domésticos predominam as motivações “Outros Motivos” que não “Lazer” (44,3%), particularmente devido às visitas a parentes ou amigos. Já entre os turistas internacionais, a motivação “Lazer” é determinante, respondendo por 64,8%.

Dos que viajam a lazer⁶, turistas domésticos ou internacionais, sol e praia é destacadamente o principal motivo (58,8% para domésticos e 52,7% para internacionais) do total. Outros aspectos da natureza explicam também outras importantes parcelas dessas viagens: natureza e ecoturismo respondem por 16,8% para os domésticos e 22,1% para os estrangeiros. Segue-se o motivo “Atrativos Culturais”, particularmente para os turistas internacionais, para os quais esta alternativa responde por 20,2%, contra 6,3% para os brasileiros.

⁶ Esta questão foi respondida somente por turistas que disseram ter como principal motivo da viagem o lazer ou lazer e outros motivos.

TABELA - 42
PRINCIPAL MOTIVAÇÃO

Serviços	Doméstico %	Doméstico N° absoluto	Internacional %	Internacional N° absoluto
Sol Lazer	43,5	4.548.795	64,8	361.584
Lazer e outros motivos	12,2	1.275.754	23,8	132.8049
Especificamente outros motivos	44,3	4.632.451	11,4	63.612
TOTAL	100,0	10.457.000	100,0	558.000

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

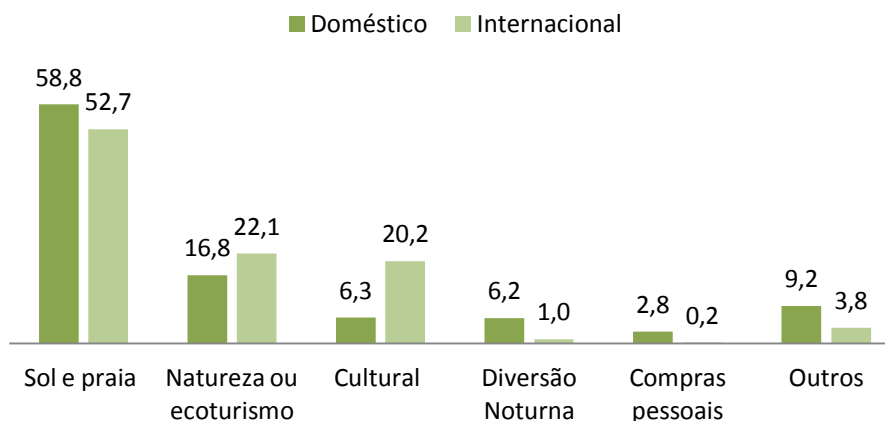
TABELA - 43
PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DO TURISTA DE LAZER

Principal Interesse	Doméstico %	Doméstico N. absoluto	Internacional %	Internacional N. absoluto
Sol e Praia	58,8	3.424.835	52,7	260.542
Ecoturismo	16,8	978.524	22,1	109.260
Cultural	15,3	891.156	21,3	105.305
Esporte e Aventura	2,2	128.140	2	9.888
Enoturismo	1,3	75.719	0	-
Rural	0,9	52.421	0,1	494
Pesca	0,7	40.772	0	-
Golfe	0,6	34.947	0	-
Náutico	0,5	29.123	0	-
GLBT	0,2	11.649	0	-
Étnico-indígena	0,1	5.824	1,1	5.438
Arqueológico	0,1	5.824	0	-
Étnico-afro	0,1	5.824	0,1	494
Outros	2,6	151.438	0,5	2.472
Total	100	5.836.196	100	493.893

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

GRÁFICO 21

Principal Interesse a Lazer (em %)

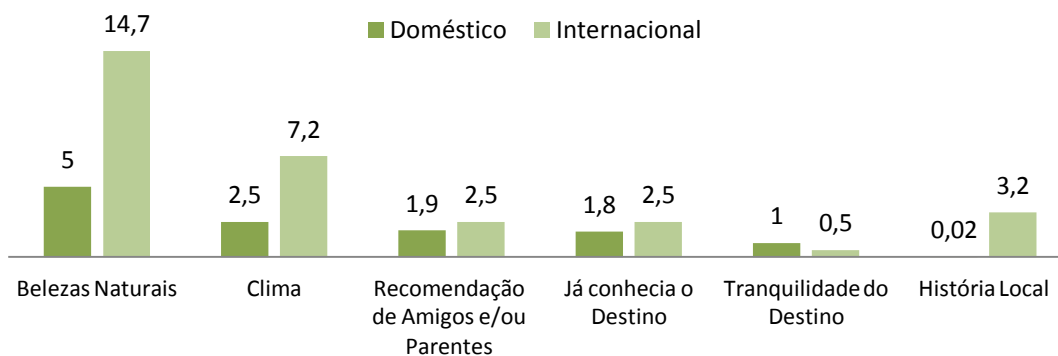


Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Belezas naturais do Estado foi o motivo mais citado pelos turistas, tanto pelos domésticos (5,0%), como pelos internacionais (14,7%), como principal justificativa da escolha da Bahia quando o motivo é sol e praia. O clima ficou em segundo lugar com 2,6% das respostas dos turistas domésticos, e 7,2 % dos internacionais. Em terceiro, entre os turistas domésticos, aparece recomendação de amigos e/ou parentes, com 1,9%; já para os turistas internacionais, a terceira maior motivação foi por amigos e/ou parentes que residem no Estado, com 6,6 % das respostas.

GRÁFICO 22

Principais motivos de escolha da Bahia como destino de sol e praia (em %)



Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Dentre as alternativas especificamente “Outros Motivos” ou “Lazer e Outros Motivos”, visita a amigos ou parentes prepondera, tanto para os visitantes domésticos (41,6% dos 56,5%), quanto para os estrangeiros (61,7% dos 35,2%). Segue o motivo “Negócios ou Trabalho”, com incidências de 35,9% para os turistas domésticos e de 15,6% para os estrangeiros.

TABELA – 44

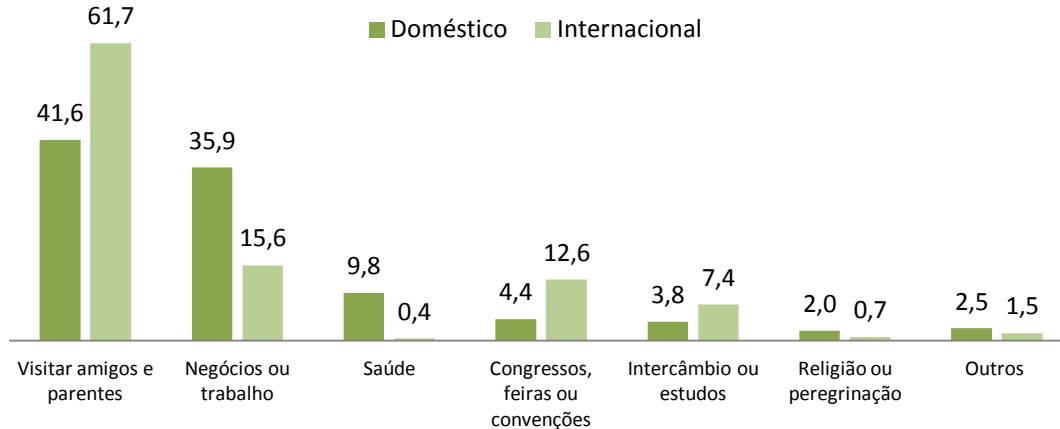
PRINCIPAL MOTIVO DA VIAGEM SE OUTROS MOTIVOS (em %)

Principal Interesse	Doméstico %	Internacional %
Visitar amigos e parentes	41,6	61,7
Negócios ou trabalho	35,9	15,6
Saúde	9,8	0,4
Congressos, feiras ou convenções	4,4	12,6
Intercâmbio ou estudos	3,8	7,4
Religião ou peregrinação	2	0,7
Outros	2,5	1,5
Total	100	100

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo na Bahia

GRÁFICO 23

**Principais motivos da viagem
se Outros Motivos (em %)**



Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Da mesma forma que os demais itens, a taxa de permanência foi analisada e confrontada pela origem dos turistas, nacionais ou estrangeiros.

Os turistas domésticos permanecem em média 6,8 dias no Estado da Bahia, sendo que 3 ou 4 pernoites são mais frequentes (31,0%), seguido de 1 ou 2 pernoites (29,8%). Ou seja, predomina a permanência inferior a 4 pernoites (mais de 60% dos casos).

Já os turistas internacionais permanecem em média 13,4 pernoites no Estado da Bahia, ou seja, quase o dobro da permanência dos domésticos. A classe mais frequente situa-se entre 8 a 15 pernoites (30,4%), seguida da classe 5 a 7 pernoites (27,3%), de modo que a maioria (57,7%) permanece mais de 5 dias.

Vale ressaltar que na pesquisa realizada em 2008/2009 a média de pernoites dos turistas nacionais no Estado foi de 5,8 pernoites e dos turistas estrangeiros foi de 19,1 pernoites.

TABELA 45
TAXA DE PERMANÊNCIA NO ESTADO DA BAHIA

Nº de pernoites	Nacionais	Estrangeiros
1 ou 2 pernoites	29,8	7,7
3 ou 4 pernoites	31,0	14,9
5 ou 7 pernoites	22,5	27,3
8 ou 15 pernoites	10,7	30,4
16 pernoites ou mais	6,0	19,7
Média de pernoites	6,8	13,7

Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo na Bahia

Como a média de permanência dos turistas domésticos no Estado é de 6,8 dias e de 5,8 dias numa dada localidade pesquisada, pode-se inferir uma permanência adicional de apenas 1 dia, por conta de novas alternativas de visitação.

No caso dos turistas internacionais, os dados de que a média de permanência no Estado é de 13,7 dias e da localidade da pesquisa é de 6,3 dias, - um acréscimo de mais do que o dobro do período -, indicam que estes turistas visitam mais de uma localidade no Estado.

No ano de 2008/2009, a média de pernoites dos turistas nacionais no Estado foi de 5,8% pernoites e dos turistas estrangeiros foi de 19,1 pernoites.

TABELA - 46
TAXA DE PERMANÊNCIA NA LOCALIDADE

Nº de Pernoites	Nacionais	Estrangeiros
1 ou 2 pernoites	36,4	29,8
3 ou 4 pernoites	31,4	23,6
5 ou 7 pernoites	20,0	26,5
8 ou 15 pernoites	7,7	15,7
16 pernoites ou mais	4,6	4,6
Média de Pernoites	5,8	6,3

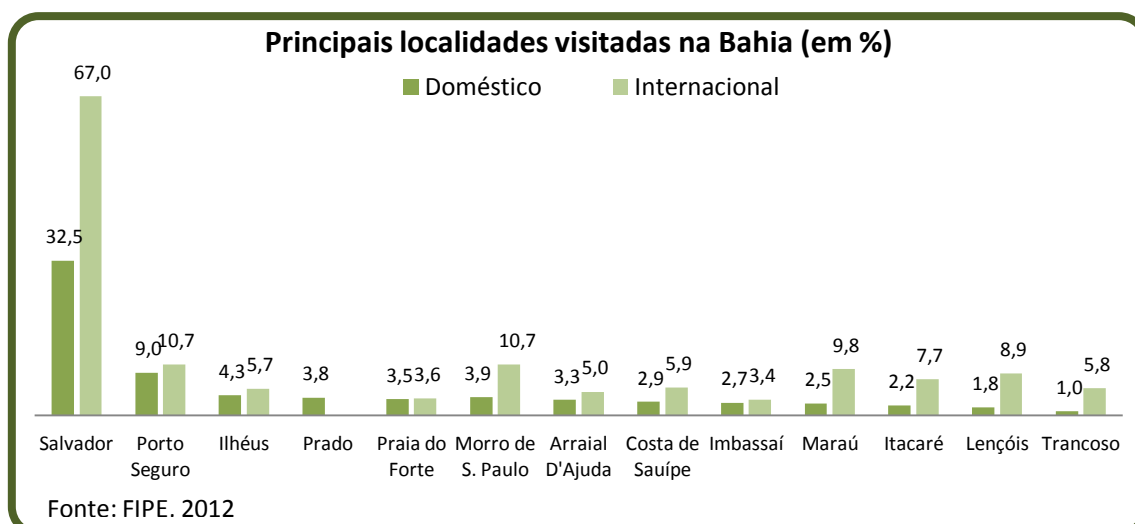
Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo na Bahia

Salvador, a capital do Estado, é a localidade mais visitada, tanto pelos turistas domésticos (32,2%), quanto pelos estrangeiros (67,0%), sendo destacadamente o destino mais relevante para os do exterior. Isto porque muitas das viagens domésticas

têm como origem o próprio Estado, - predominantemente Salvador -, além do fato de que, sendo a visita a parentes ou amigos uma das principais motivações das viagens, as localidades de destino desses visitantes são mais diversificadas.

Afora Salvador, as localidades mais visitadas pelos turistas brasileiros são: Porto Seguro (9,0%) e Ilhéus (4,3%). Já entre os locais preferidos pelos turistas estrangeiros, destacam-se: Porto Seguro e Morro de São Paulo (10,7%), Marau (9,8%) e Lençóis (8,9%).

GRÁFICO - 24



Identificação dos Hábitos dos Turistas

Principal meio de hospedagem

A maioria dos turistas domésticos hospeda-se em casa de amigos ou parentes (37,0%) e em hotéis (26,9%). Já os turistas internacionais hospedam-se, em sua grande maioria, em pousadas (33,5%) e hotéis (32,5%).

TABELA – 47

PRINCIPAL MEIO DE HOSPEDAGEM NA VIAGEM (em %)

Meio de Hospedagem	Nacional	Estrangeiro
Casa de amigos e parentes	37,0	14,9
Hotel	26,9	32,5
Pousada	20,3	33,5
Imóvel alugado	2,4	3,1
Imóvel próprio	3,1	1,3
Resort	6,5	7,5
Albergue	0,5	5,4
Outros	3,2	1,8

Fonte: FIPE

Principal Meio de Transporte

Voo regular (33,6%), seguido por ônibus de linha (22,6%) e transporte hidroviário (18,6%) caracterizam-se como os principais meios de transporte utilizados pelos turistas da BTS para chegar ao destino.

TABELA – 48

PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE (em %)

Meio de Hospedagem	Nacional	Estrangeiro
Ônibus de linha	30,6	27,4
Automóvel próprio	24,8	11,1
Voo regular	18,2	30,8
Transporte hidroviário	10,6	11,4
Ônibus fretado	7,7	6,6
Automóvel alugado	2,2	10,1
Outros	6,0	2,7

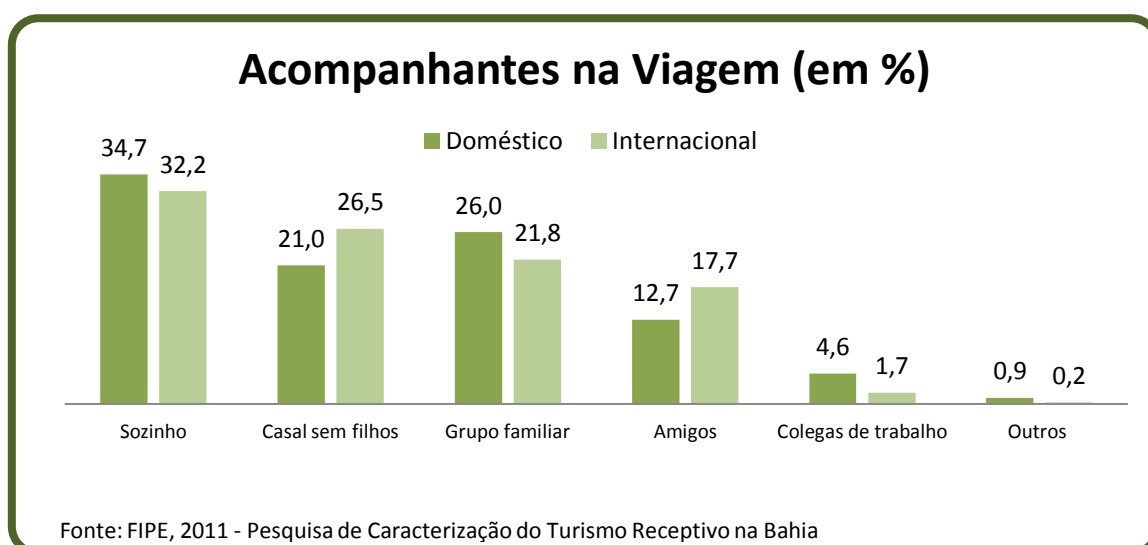
Fonte: FIPE

Acompanhantes na Viagem

Expressivas parcelas dos turistas domésticos (34,7%) e internacionais (32,2%) realizam, sozinhos, as viagens ao Estado. Casal sem filhos também possui uma incidência significativa (21,0%, no caso dos domésticos, e 26,5% para os estrangeiros).

Vale ressaltar que a média de turistas que viaja junto para Bahia é de 3,4 pessoas.

GRÁFICO 25

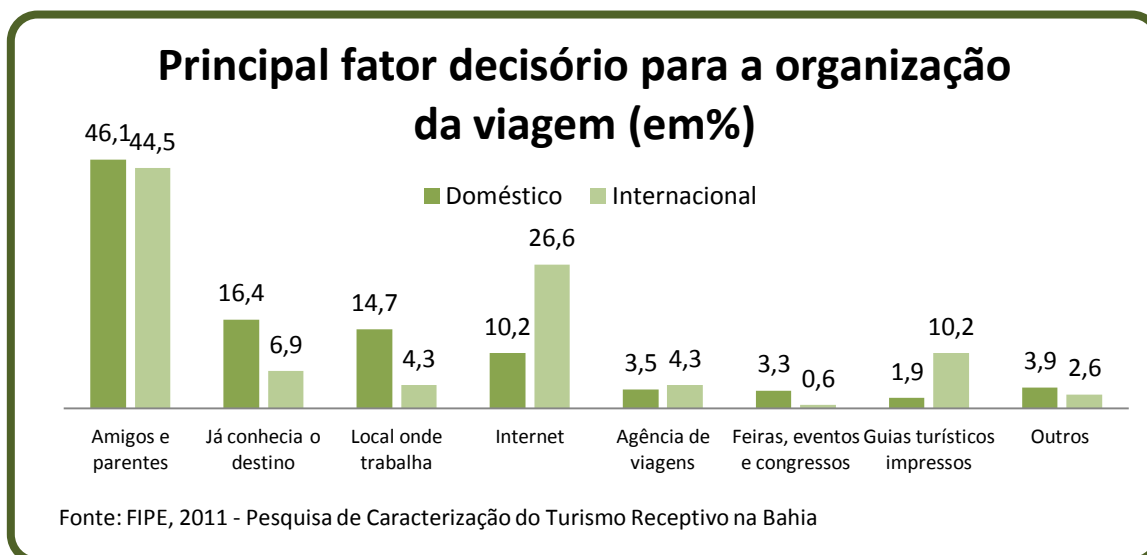


Fator Decisório da Viagem

É reconhecido que as decisões de viagem não se resumem a um único fator. Em geral, os fatores vão se acumulando, iniciando-se ora por uma informação de amigo ou parente, ora por um anúncio em jornal ou revista, em mídia eletrônica, em *outdoor* etc. Ainda assim, é importante investigar quais fatores foram mais determinantes para a decisão das viagens, na opinião dos visitantes, ao Estado da Bahia, tanto dos nacionais, quanto dos estrangeiros.

Para quase metade dos turistas domésticos (46,1%) e internacionais (44,5%) as informações de amigos e parentes foram o principal fator de influência para a realização da viagem. Já conhecia o destino é o segundo fator decisório para os turistas domésticos, com 16,4% de incidência; enquanto que o segundo fator decisório dos turistas internacionais é a internet (26,6%).

GRÁFICO 26

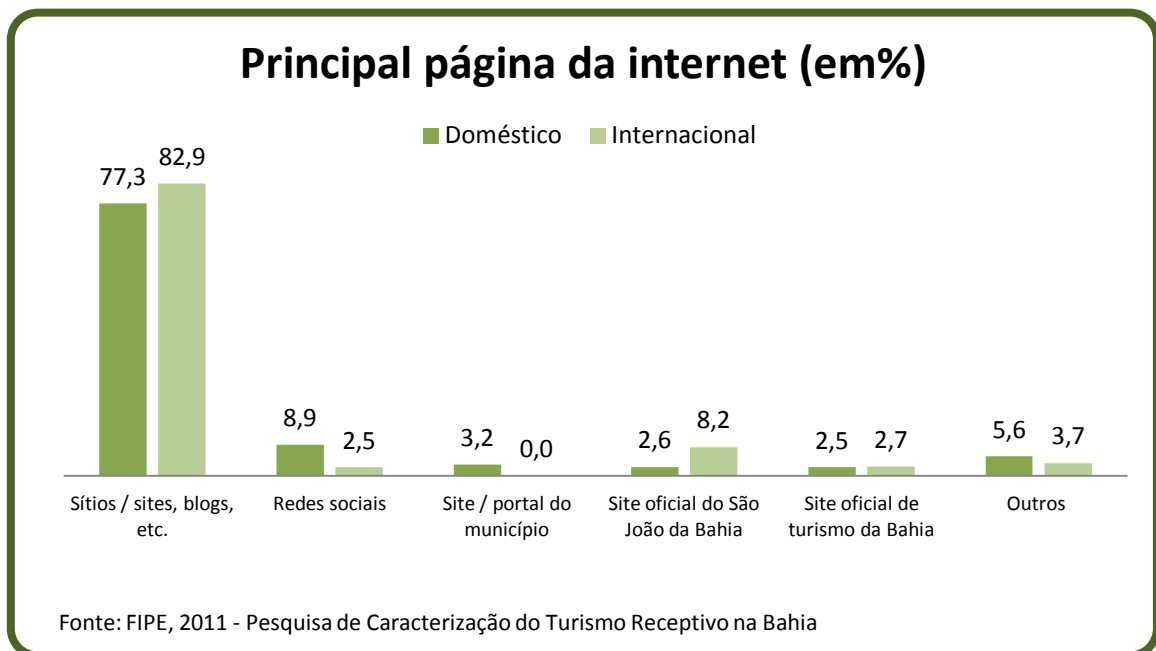


Principal página da internet⁷

Dos que se valeram da Internet como fator decisório, verifica-se que “sítios/site, blogs etc.” foram a principal fonte de consulta utilizada: 77,3% para os turistas domésticos e 82,9% para os internacionais.

⁷ Questão respondida apenas por aqueles que se utilizaram da Internet como fator decisório para a organização da viagem (Questão 22).

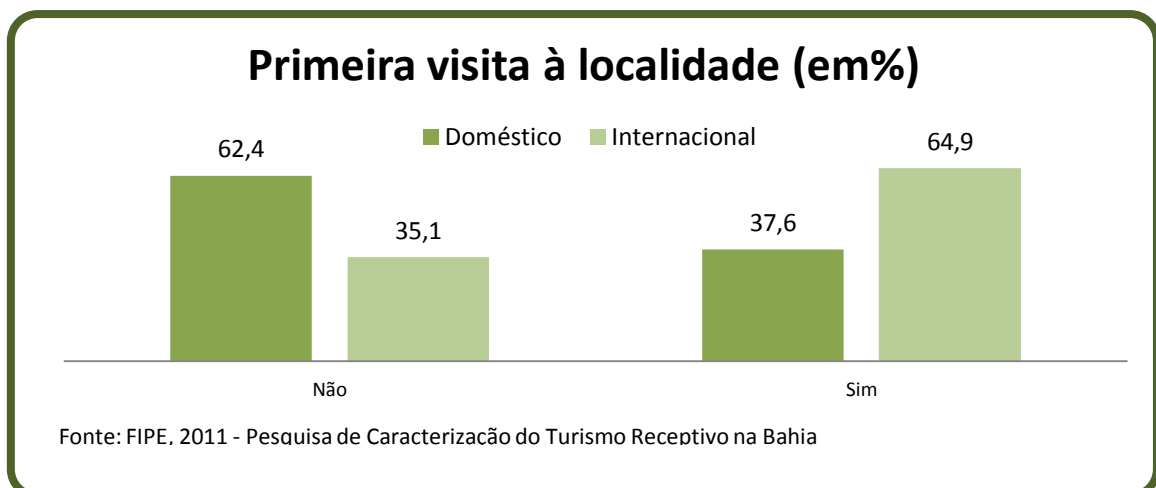
GRÁFICO 27



Primeira visita à localidade

A maioria dos turistas domésticos (62,4%) já tinha visitado as localidades do Estado, enquanto que, ao contrário, no caso dos internacionais, a maior parte as visitava pela 1ª vez (64,9%).

GRÁFICO 28

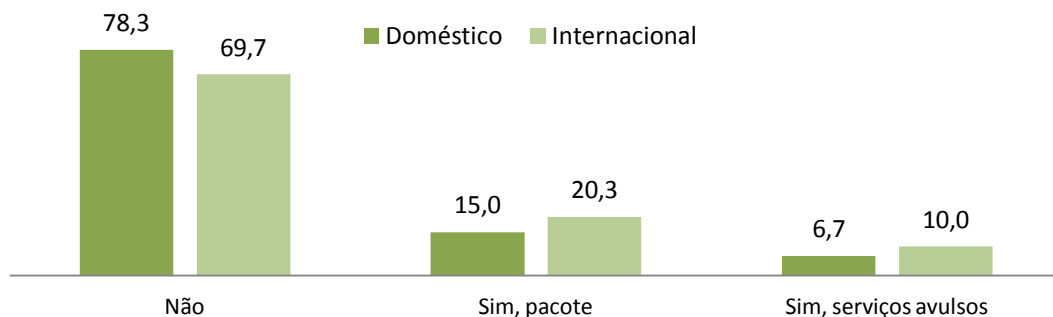


Aquisição de serviços em agência de viagem

A maioria dos turistas domésticos (78,3%) e internacionais (69,7%) que visita a Bahia não se utiliza de serviços de agências de viagem.

GRÁFICO 29

Aquisição de Serviços em Agências de Viagens (em%)



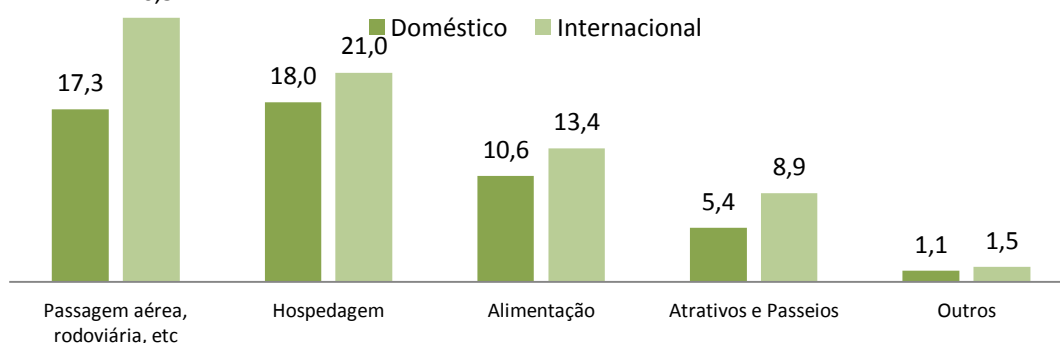
Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

Serviços adquiridos em agência de viagem⁸

Dos que se utilizam (21,7% no caso dos brasileiros e 30,3% dos estrangeiros), verifica-se que passagens aéreas/rodoviárias aparecem como o serviço mais adquirido, tanto pelos turistas internacionais (26,5%), como pelos domésticos (17,3%). A hospedagem foi o segundo serviço mais comprado em agência, representando 18% dos turistas domésticos e 21% dos internacionais. Logo em seguida, aparece Alimentação, com 10,6 % das respostas dos turistas domésticos e 13,4% dos turistas internacionais.

GRÁFICO 30

Serviços adquiridos em Agências de Viagens (em%)



Fonte: FIPE, 2011 - Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia

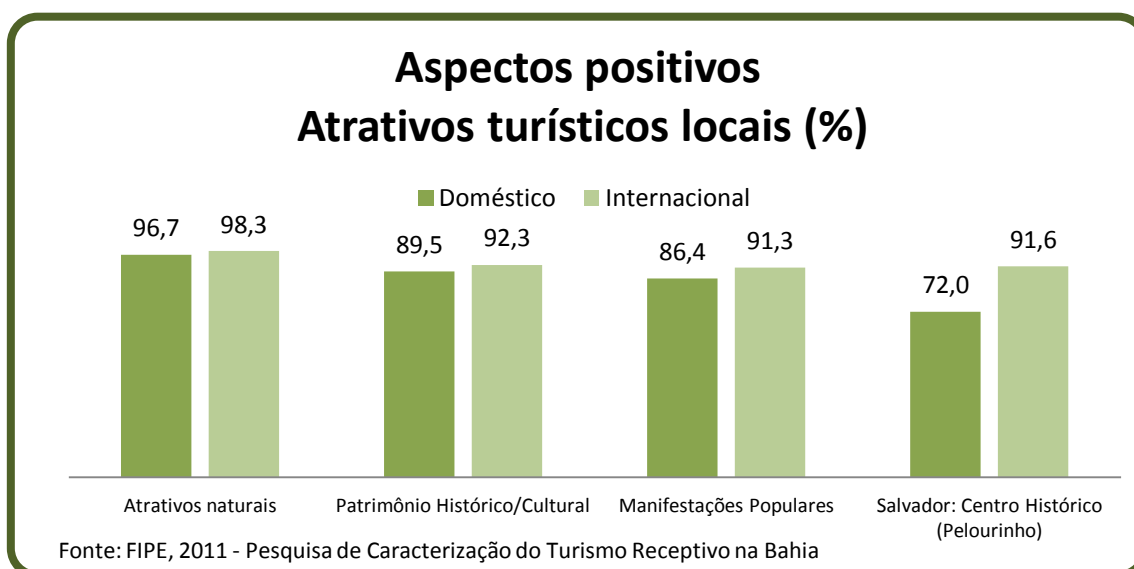
⁸ Questão de múltipla escolha

Opiniões sobre o Destino Turístico Visitado

Avaliação Geral

A maioria dos turistas domésticos e internacionais avalia positivamente os aspectos gerais da localidade. Mais de 90% dos turistas domésticos avaliaram como Muito Bom ou Bom os seguintes itens: Atrativos Naturais, Meios de Hospedagem, Bares/Restaurantes e Hospitalidade da população. Exceto Bares/Restaurantes, todos os demais itens também foram bem avaliados por pelo menos 90% dos turistas estrangeiros, acrescentando-se aspectos da cultura local, tais como: Patrimônio Histórico/Cultural, Manifestações Populares e o Centro Histórico de Salvador (Pelourinho).

GRÁFICO 31



Quanto aos itens que mereceram avaliações negativas, apenas no caso dos turistas internacionais, os conceitos Ruim ou Muito Ruim alcançaram valores superiores a 50%, especificamente para os itens: serviços médicos (53,8%), preços (50,8%) e limpeza pública (50,3%).

GRÁFICO 32

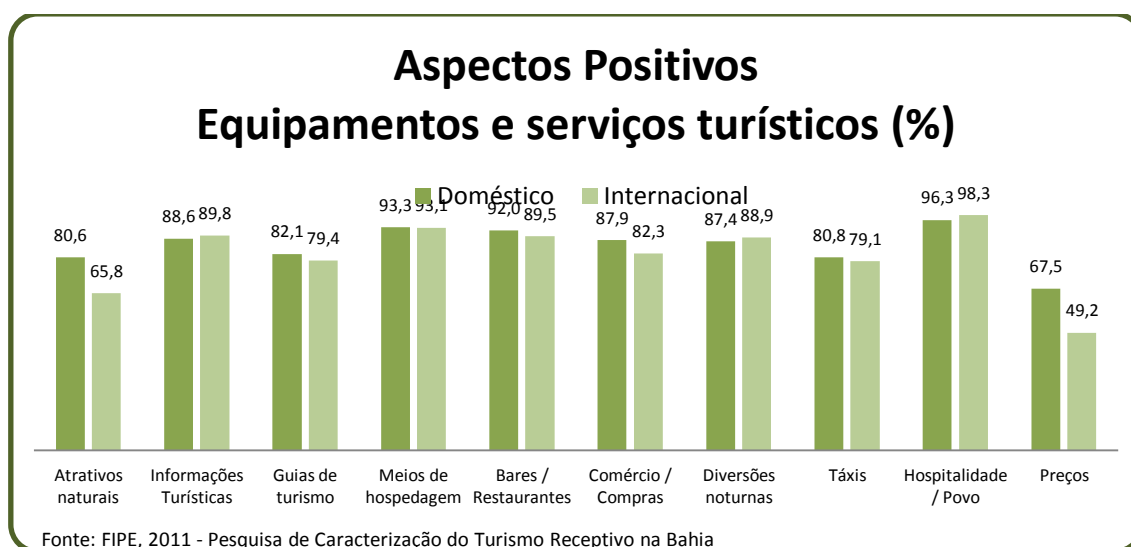
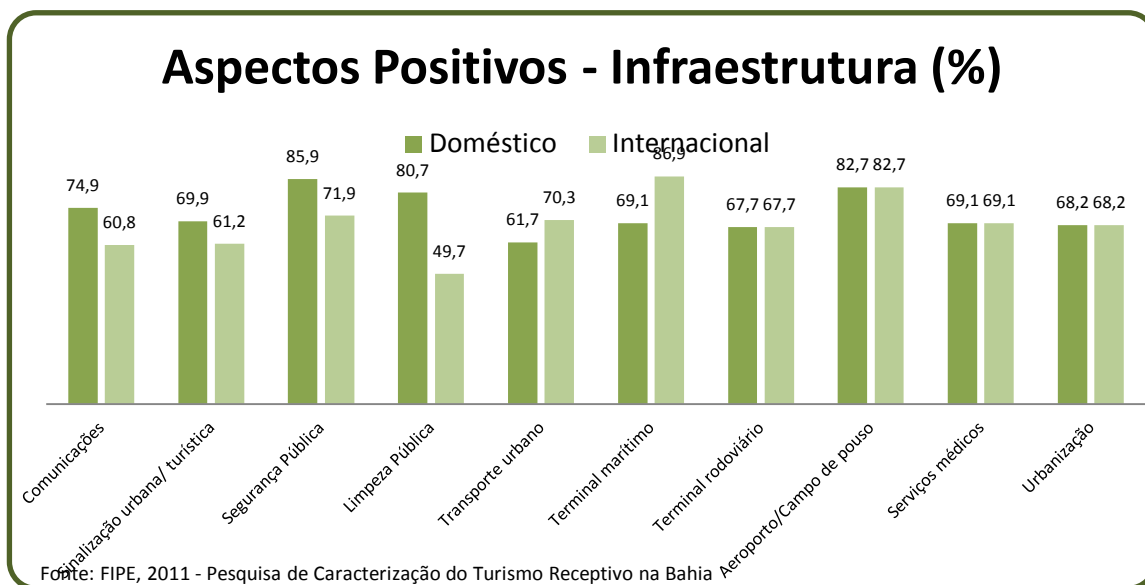


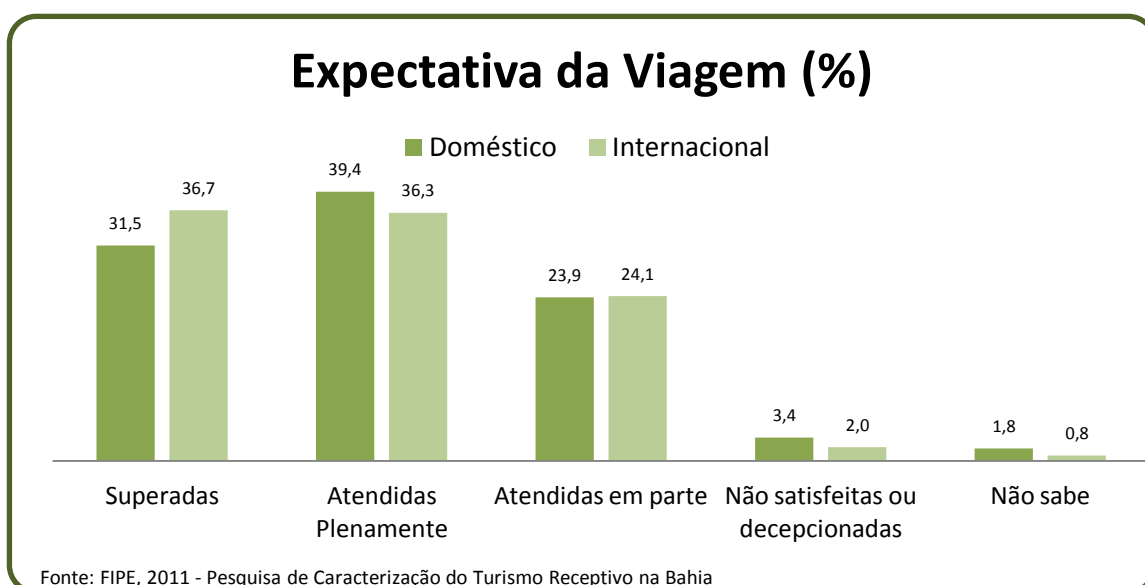
GRÁFICO 33



Expectativa da viagem

Quanto às expectativas de viagem, 70,9% dos turistas domésticos consideram terem sido satisfatórias (superaram 31,5% ou atenderam plenamente 39,4%), enquanto que, para os internacionais, o grau de satisfação das expectativas foi de 73,0% (superaram 36,7% ou atenderam plenamente 36,3%).

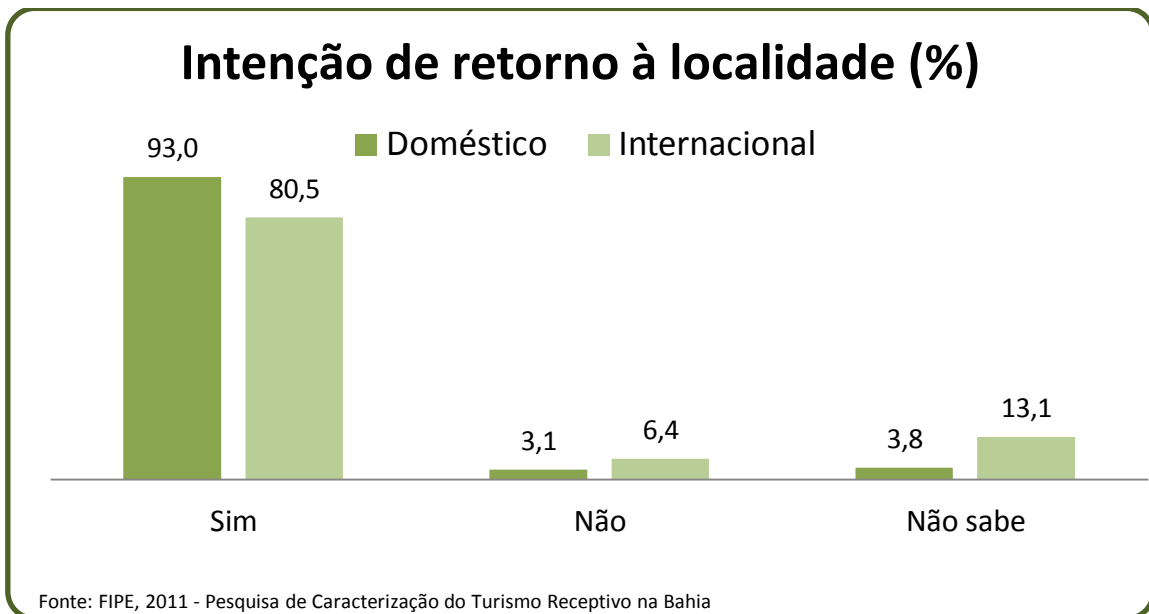
GRÁFICO 34



Intenção de Retorno à localidade e recomendação

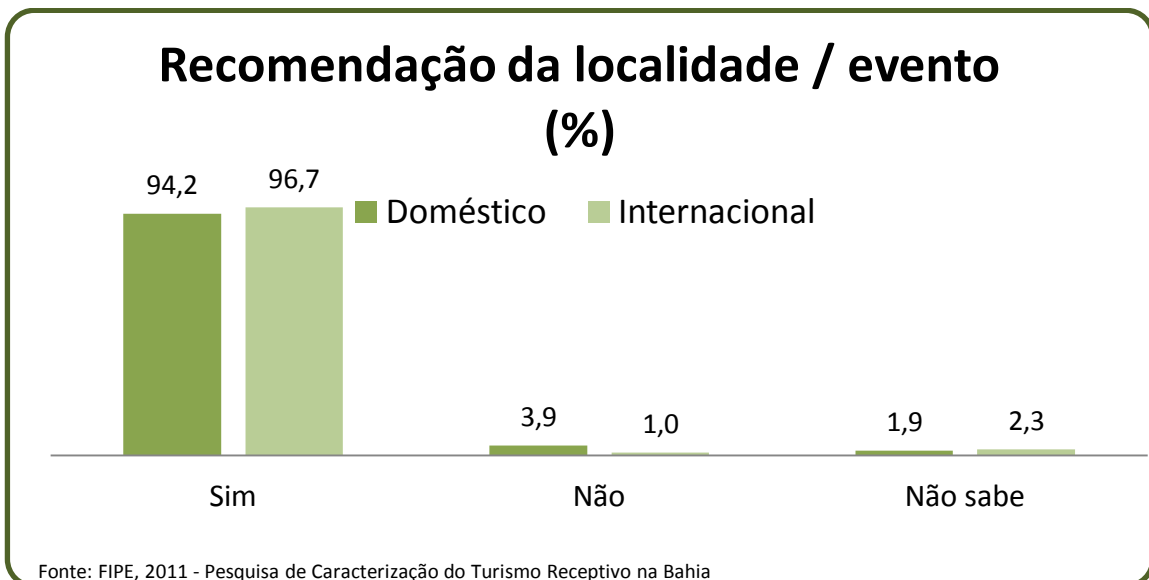
Observa-se nitidamente a intenção de retornar à localidade visitada na Bahia, tanto pelos turistas domésticos (93,0%), como internacionais (80,5%).

GRÁFICO 35



Assim, também, no que tange à recomendação para que amigos ou parentes venham visitar essas localidades: 94,2% no caso dos turistas domésticos e 96,7% no caso dos internacionais.

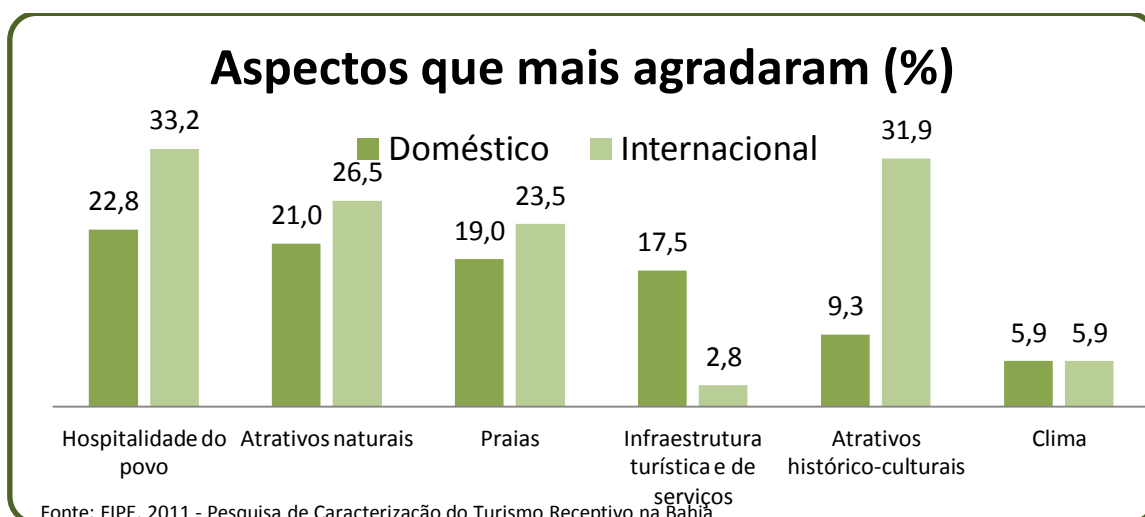
GRÁFICO 36



Aspectos que Agradam ou Desagradam aos Visitantes da Bahia⁹

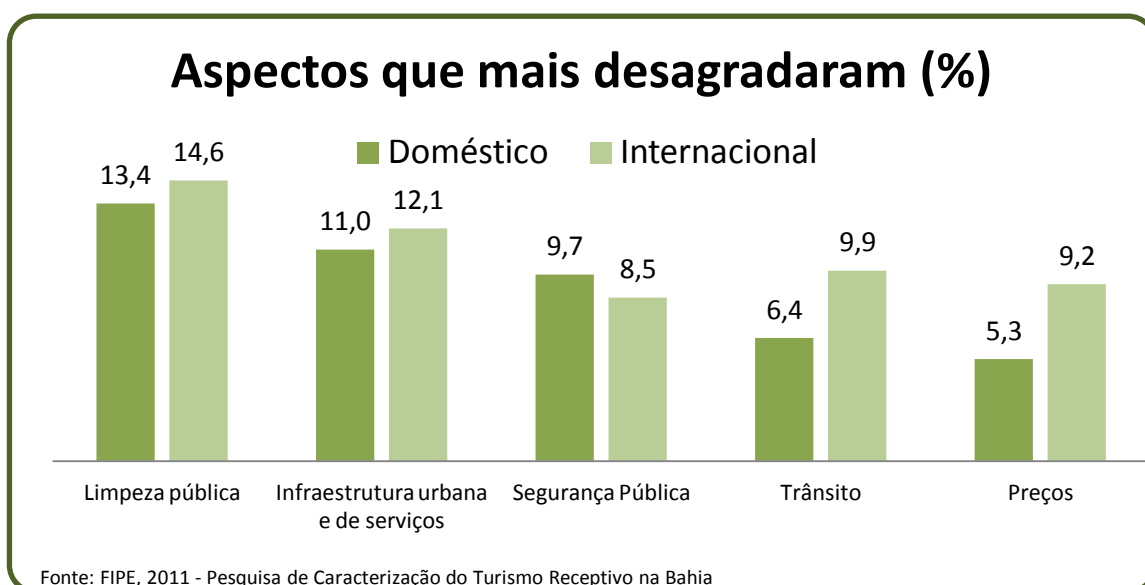
Nessas questões abertas, os itens citados que mais agradam aos turistas na Bahia referem-se à hospitalidade do povo, representando 22,8% dos turistas nacionais e 33,2% dos internacionais. Para os turistas domésticos, Atrativos Naturais (21%) e Praias (19%) aparecem em segundo e terceiro lugar, respectivamente. Já para os turistas internacionais, Atrativos Histórico-culturais representaram 31,9% das respostas, ficando em segundo lugar, seguido por Atrativos Naturais (26,5%).

GRÁFICO 37



Já os itens que mais desagradam aos turistas domésticos e internacionais na Bahia referem-se à limpeza pública (13,4% doméstico e 14,6% internacional) e infraestrutura urbana e de serviços (11,0% doméstico e 12,1% internacional).

GRÁFICO 38



⁹ Questão aberta.

5.2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO

A chegada à Baía de Todos-os-Santos pode ser feita, principalmente, pelo Aeroporto Internacional e pelo Porto de Salvador, o que a classifica com ótimas condições de acessibilidade no turismo nacional e internacional. Além disso, sua localização no centro do litoral brasileiro, e a sua dimensão, terceira maior do mundo, permite ser visualizada em qualquer mapa mundial.

Ao analisar-se o comportamento estatístico das chegadas de turistas em todo o mundo, nos últimos cinco anos, verificam-se variações decorrentes principalmente das dificuldades econômicas recentes. Em 2008, segundo a OMT, foram contabilizadas no mundo 922 milhões de chegadas; em 2009, foram 880 milhões; e, em 2010, voltou a crescer, atingindo 939 milhões. Verifica-se uma retomada do fluxo de visitantes, o que indica a oportunidade da Bahia aproveitar este momento e se posicionar no mercado turístico internacional, apresentando um produto diferenciado no portfólio nacional, como a Baía de Todos-os-Santos, com seus atrativos históricos, culturais, naturais, gastronômicos, náuticos e paisagísticos, reunidos em um só lugar.

Composta por dezoito municípios com características distintas e complementares, vilarejos e paisagens naturais quase que intocadas, além de outras, ricas em patrimônio histórico-cultural, condições de navegabilidade durante todo o ano, que possibilitam aos navegadores imitarem os antigos navegantes dos séculos XVI e XVII e poderem descobrir novos destinos.

É grande e oportuna a possibilidade de aproveitar esse momento de expansão do turismo, oferecendo vantagens competitivas em relação a outros concorrentes que, nesse momento, ainda estão se recuperando da recente crise financeira e econômica que se abateu no mundo.

Analisando-se a tabela de chegada da OMT, verifica-se que o Brasil tem recebido em média cinco milhões de visitantes por ano, variando entre 5,4 milhões em 2005 e 4,8 milhões em 2009. Pela sua localização geográfica, considera-se o Caribe como um forte concorrente do Brasil no mercado europeu, haja vista que, para o mercado norte-americano, ele se situa a poucas horas de voo de expressivas cidades daquele país. Neste contexto, e para uma avaliação da demanda potencial para a BTS, observa-se que recebem, em média, 22 milhões de visitantes por ano (20,7 milhões em 2005, 23,6 milhões em 2008 e 22,4 milhões em 2009). Partindo-se desses números poder-se-ia estimar que o Brasil teria capacidade de ampliar o fluxo de visitantes, considerando seu imenso litoral, de 8.000 km, seu clima tropical, suas riquezas naturais e culturais.

TABELA 49

Turismo no Mundo Receita Cambial (Bilhões Dólares)

Turismo	2005	2006	2007	2008	2009
Mundo	678,7	744,0	857,4	941,7	852,4
América do Sul	12,4	14,4	16,9	19,2	18,2
Caribe	20,7	21,7	23,3	23,6	22,4
Brasil	3,9	4,3	5,0	5,8	5,3

Fonte: OMT, 2010

Para a competitividade da BTS é importante trabalhar na qualificação dos seus atrativos, na implantação e melhoria da sua infraestrutura, na capacitação e treinamento, na captação de investidores privados que tragam novos equipamentos, a

exemplo de hotéis, resorts, marinas, empresas de aluguel de embarcações, entretenimento e cultura, além de um trabalho focado para a sua promoção.

O esforço ora empreendido pelo Governo da Bahia para fortalecer o polo BTS poderá encaminhar o turismo deste Estado para um novo vetor de desenvolvimento, focado em seus atrativos diferenciados e capazes de atrair, significativamente, um número expressivo de visitantes com um patamar mais alto de gastos, que hoje se dirigem ao Caribe.

Navega-se na BTS em todas as estações do ano; entretanto, ainda lhe falta infraestrutura de acesso, pontes de atracação em locais paradisíacos para que as embarcações possam aportar em segurança. Marinas, onde as embarcações recebam a atenção exigida para manutenção e guarda, hotéis e resorts qualificados e especializados, estrutura de receptivos nas cidades e vilas, que propiciem visitas e excursões em terra, recuperação e valorização dos monumentos históricos, abundantes na BTS desde o período colonial, meios de transporte alternativo, lojas, butikues, delicatessens e restaurantes que proporcionem a oportunidade de gastos, além de apresentações bem organizadas e periódicas das expressões culturais locais.

Complementando esse rol de carências, pode-se incluir a existência de empresas especializadas em aluguel de embarcações, e rodovias e estradas vicinais em boas condições de tráfego.

Uma população esclarecida, motivada e capacitada para receber visitantes e devidamente capacitada em técnicas de empreendedorismo para que aproveitem as oportunidades de negócios que o turismo oferece. Destaca-se ainda a importância de que as prefeituras municipais venham a estabelecer critérios, posturas e normas que garantam a preservação dos cenários urbanos e a conservação de prédios, ruas e praças para que continuem encantando os visitantes.

Os gráficos a seguir, resultantes de pesquisa da Fipe realizada em 2008/2009, indicam a avaliação dos visitantes em dois importantes destinos da BTS: Cachoeira e Itaparica. Constata-se que 96% dos visitantes de Cachoeira classificaram seus atrativos naturais como “Muito Bom” e “Bom”; 99%, o “Patrimônio Histórico-cultural”; e 97% para as “Manifestações populares”. Nessa mesma pesquisa, na Ilha de Itaparica, 96% aprovam seus “Atrativos naturais”; 92%, o “Patrimônio Histórico-cultural”; e 92% as “Manifestações populares”. Esses dados demonstram o potencial turístico desses municípios que são considerados como importantes âncoras para o turismo no já referido polo.

GRÁFICO 39

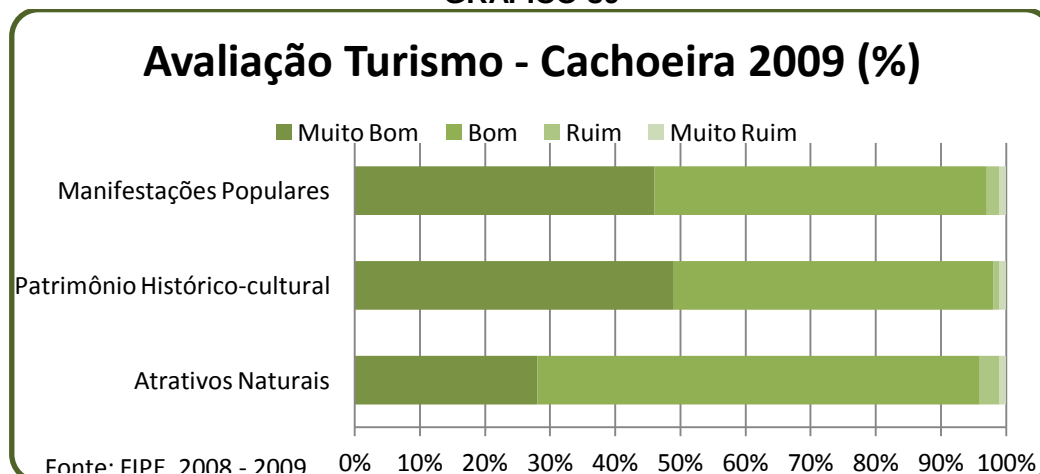
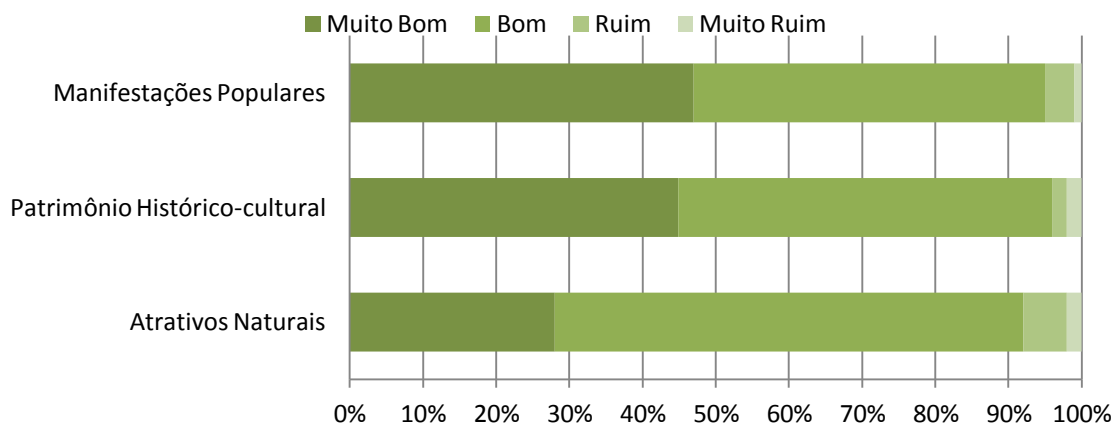


GRÁFICO 40

Avaliação Turismo - Itaparica 2009 (%)



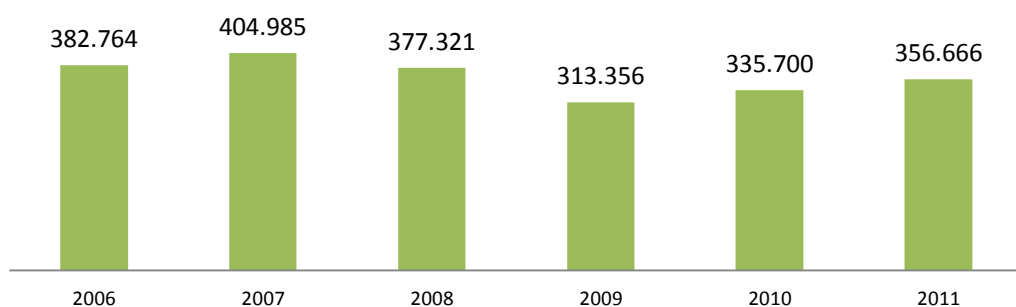
Fonte: FIPE, 2008 - 2009

5.2.1 Movimento Aeroportuário

A análise do movimento no Aeroporto de Salvador permite avaliar o desenvolvimento do fluxo no segmento de turistas de longa distância. Como no polo BTS o portão de entrada aéreo é o Aeroporto Internacional de Salvador, pode-se constatar no gráfico abaixo o crescimento do fluxo de turistas internacionais que demandaram a esta cidade, o que demonstra o potencial do polo para atender ao mercado internacional, onde os aspectos relacionados a atrativos naturais predominam nos seus interesses de viagem, segundo pesquisa da Fipe.

GRÁFICO 41

Nº de Passageiros Internacionais Aeroporto de Salvador



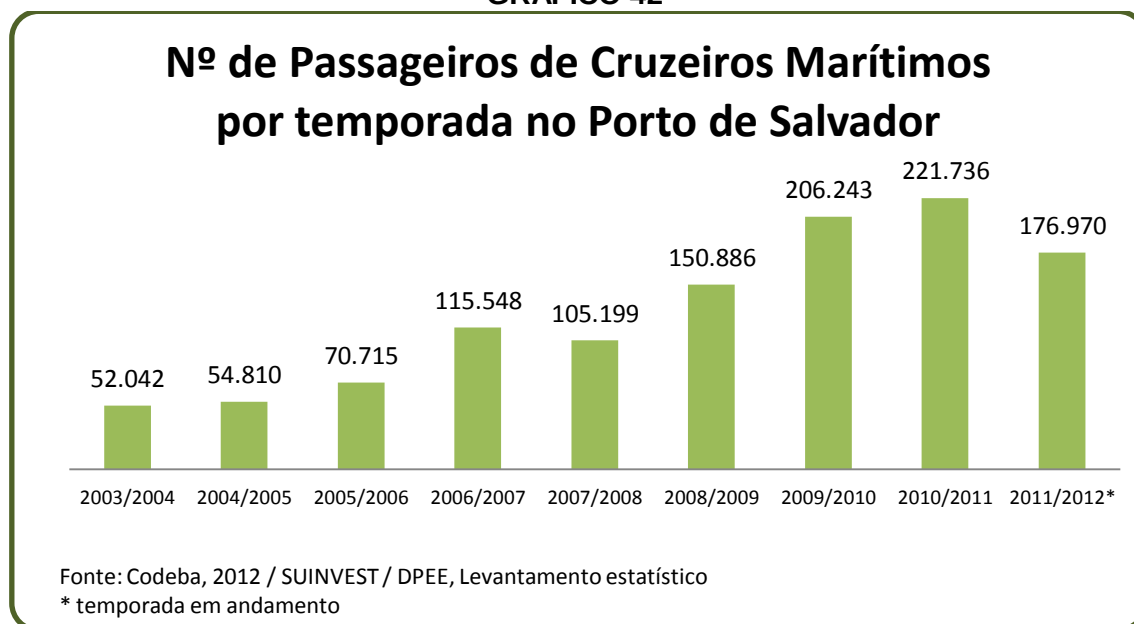
Fonte: Infraero, 2012

Ressalta-se também que a ainda pequena quantidade de conexões aéreas diretas de Salvador com outros mercados emissores internacionais, além das que possui (Lisboa, Miami, Madri, Frankfurt e Buenos Aires), que, certamente, com a criação de novas alternativas de produtos impactaria sobremaneira na chegada de turistas internacionais ao polo. Vale ainda ressaltar que a demanda nacional encontra-se

atendida com o número de voos existentes e com um crescimento que já posiciona o Aeroporto de Salvador como o mais movimentado da região Nordeste e o quinto no país, de acordo com a Infraero.

Outro aspecto importante na avaliação da demanda para o polo BTS relaciona-se ao número crescente de ancoragens em Salvador de navios em cruzeiro pela costa brasileira nos períodos de verão. Pode-se avaliar pelo gráfico abaixo que no período 2011/2012 este número alcançou a marca de 176.970 passageiros desembarcados por esta forma de viagem.

GRÁFICO 42



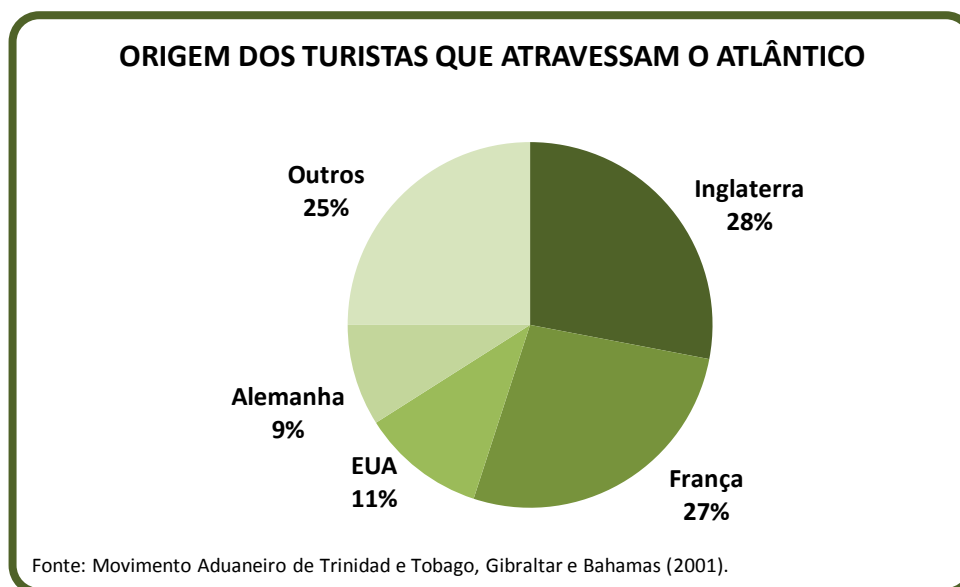
5.2.2 Segmento Náutico

Ao se analisar o polo Baía de Todos-os-Santos, especificamente no viés de seu potencial náutico, pode-se afirmar que este segmento já recebe turistas procedentes tanto do mercado nacional como das mais diversas partes do mundo. Vale destacar, entretanto, que ainda não se realizou uma pesquisa específica para traçar o perfil detalhado dos turistas náuticos que aqui chegam. A realização dessa pesquisa faz-se necessária para que se possa planejar e investir no setor, pois a falta de dados dificulta tanto a definição de um desenho eficaz na avaliação dos mercados que demandam a essa atividade na BTS quanto na sua promoção, nestes e em mercados potencialmente robustos com interesse nessa atividade.

Desta maneira, neste planejamento foram utilizadas fontes de informações secundárias, a maioria contida no Plano Estratégico do Turismo Náutico na BTS, além de dados e informações de outros destinos náuticos que se mostram equivalentes à Baía de Todos-os-Santos. Desta forma, foi possível inferir que parte do fluxo turístico náutico intraeuropeu e atlântico pode ser atraído para a BTS.

De acordo com dados do movimento aduaneiro de Trinidad e Tobago, Gibraltar e Bahamas (2001), é sabido que quanto à origem dos turistas, 28% deles vêm da Inglaterra, 27% da França, 11% dos EUA, 9% da Alemanha e 25% de outros países, como atesta o Gráfico 43.

GRÁFICO 43



Fonte: Movimento Aduaneiro de Trinidad e Tobago, Gibraltar e Bahamas (2001).

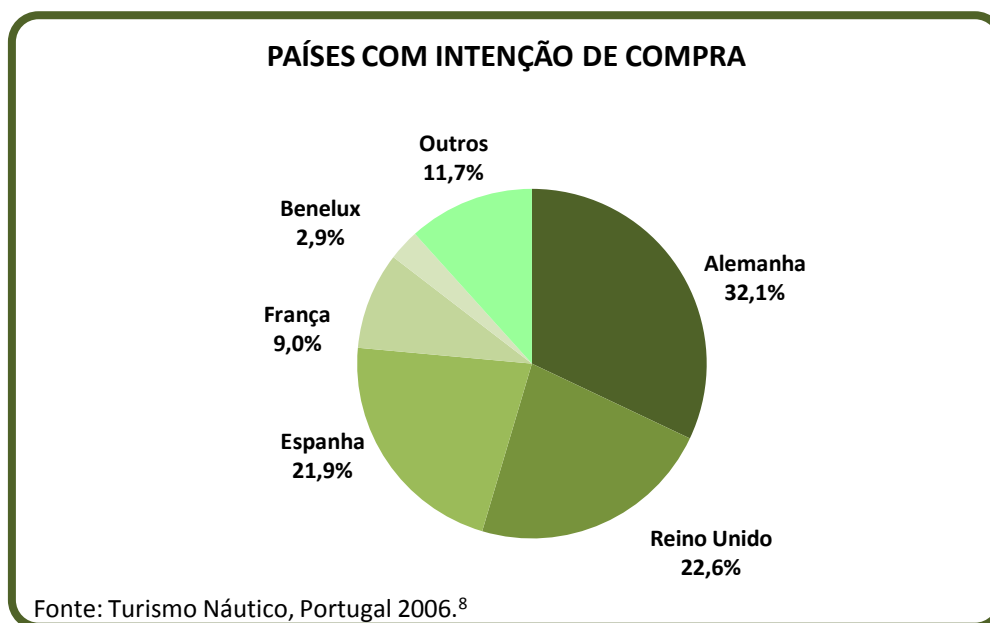
Outro dado interessante a se observar é que a Alemanha é responsável por apenas 9% dos turistas náuticos que atravessam o Atlântico, sendo que, na Europa, o país é o principal emissor de turistas náuticos, conforme o Gráfico 44.

Ainda a respeito do mercado europeu, com base nas informações contidas em estudo realizado pelo governo português para o desenvolvimento náutico no país, a principal motivação para este segmento é desfrutar de uma viagem ativa, em contato com a água, com a possibilidade de realizar todo tipo de atividades náuticas em lazer ou em competição.

As atividades náuticas de lazer levam a uma movimentação na Europa de 3 milhões de viagens internacionais, com um total de 1 milhão de praticantes licenciados para atividades náuticas, num segmento que cresce entre 8% e 10% ao ano, em que cada turista gasta entre 120 e 700 dólares por dia no destino.

Dados da *Asociación de Puertos Deportivos de las Islas Baleares - Anade*, citados no estudo de Portugal, identificam os países cujos consumidores demonstraram elevada intenção de compra de produtos turísticos náuticos; o Gráfico 44, a seguir, confirma novamente a posição da Alemanha liderando o ranking desse segmento. Este dado é um importante indicativo para ações internacionais de promoção.

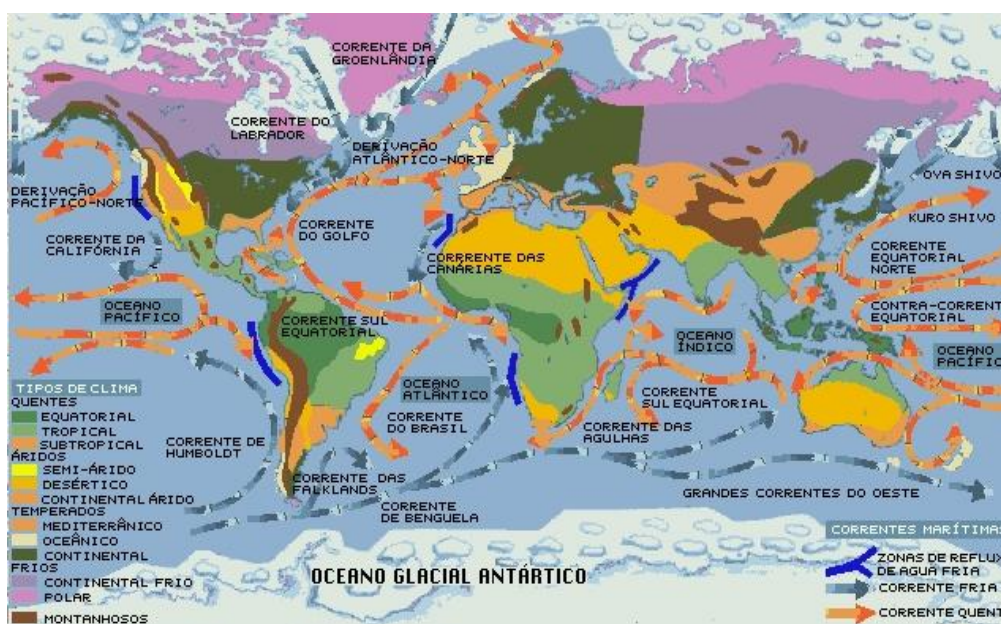
GRÁFICO 44



Parte desse mercado europeu, existente e potencial, pode ser atraído para a BTS, principalmente porque a capacidade de carga dos destinos na Europa está chegando ao seu máximo, e a demanda continua crescente. Em algumas marinas, como a de Minimes, em La Rochelle, França, o tempo de espera por uma vaga é de aproximadamente 8 anos.

Somada a demanda crescente a favor da Baía de Todos-os-Santos, tem-se o fato de ser esta uma rota natural, traçada pelo percurso da corrente marinha descendente do Atlântico Norte e da corrente marinha ascendente do Atlântico Sul, conforme demonstra a Figura 05 abaixo.

Figura 05 Correntes Marítimas



Fonte: Geoatlas, Editora Ática, 2009.

Diante das informações acima, pode-se concluir que, somadas as características naturais a ações de desenvolvimento do setor náutico, a Baía de Todos-os-Santos pode absorver uma significativa parte do mercado, visto que:

- Os mercados que concorrem com a Baía de Todos-os-Santos estão entrando em processo de saturação;
- Já existe um mercado, principalmente europeu, que consome o turismo náutico brasileiro;
- O setor movimenta milhões de turistas ao ano na Europa, abrindo um leque de possibilidades de atração desses turistas para a BTS;
- No segmento de turismo náutico, o turista gasta valores significativos no destino, possibilitando a geração de emprego e renda, principalmente através da prestação de serviços pelas comunidades locais.

5.2.3 Perfil do Turista Náutico

Conforme abordado anteriormente, não existem pesquisas estruturadas sobre o segmento de turismo náutico na BTS. Por isso, para traçar um perfil sumário do turista náutico foram utilizadas as informações levantadas pelo Ministério do Turismo, e por pesquisas realizadas em destinos com características similares às da Baía de Todos-os-Santos.

No que se refere às estimativas de fluxo, foi realizado pela Setur um levantamento nas principais marinas e terminais náuticos da BTS para aferir o número de turistas náuticos nacionais, e nas estatísticas e boletins emitidos pela Polícia Federal para estimar o número de turistas náuticos estrangeiros. O resultado encontra-se na Tabela abaixo descrita:

TABELA 50
FLUXO TURISMO NÁUTICO

Fluxo Nacional	Fluxo Estrangeiro	Fluxo Total
5.657	102	5.759

Fonte: SETUR, 2011

Perfil

Os estudos informam que o turista náutico divide-se em dois grupos¹⁰:

- a) Com embarcação própria:
 - Pertence à classe média alta ou classe alta.
 - É empresário ou profissional liberal.
 - Possui tempo disponível para viagens longas.
 - As embarcações permanecem no mesmo porto ou marina por mais de seis meses - quando o usuário não reside próximo ao destino, ele possui casa no local.
- b) Com embarcação alugada:
 - Pertence à classe média.
 - Utiliza serviços de aluguel oferecidos pelas marinas e clubes náuticos.
 - Realiza viagens curtas e de fins de semana.

¹⁰ 10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Turismo Náutico

O turismo náutico em embarcações alugadas (modalidade de *charter*) vem se popularizando nos últimos anos e atraindo uma camada da população de poder aquisitivo mais baixo, que não teria condições de comprar seu próprio barco, além daqueles de maior poder aquisitivo, mas que preferem mais liberdade de opções de destinos e modelos de embarcações nos seus períodos de lazer. Os gastos desse segmento concentram-se nos serviços oferecidos no destino, já que, na maioria das vezes, eles pernoitam no barco.

Os turistas com embarcações próprias dispõem maior parte do seu tempo no destino e consomem também em gastronomia, compras, lazer, além da contratação de mão de obra local para serviços de manutenção dos barcos. Em 2008, o Ministério do Turismo divulgou as orientações básicas para o desenvolvimento do turismo náutico e traçou as principais características dos turistas desse segmento no Brasil, esclarecendo que:

O turista náutico nacional com embarcação própria:

- Na maioria das vezes é empresário ou profissional liberal, o que se traduz em poder de compra elevado.
- Possui tempo disponível para viagens longas.
- Deixa o barco no mesmo porto ou marina por mais de seis meses.
- Quando não reside no destino, possui casa no local.

O turista náutico nacional com embarcação alugada:

- Pertence à classe média.
- Utiliza serviços de aluguel oferecidos pelas marinas e clubes náuticos.
- Realiza viagens curtas e de fins de semana.

Já o turista náutico externo/internacional*:

- Tem entre 40 e 50 anos de idade.
- Possui poder aquisitivo elevado.
- Gasta, em média, cinco vezes mais que um turista convencional.
- É profissional liberal ou empresário, europeu ou norte-americano.
- Vive a bordo a maior parte do tempo e visita vários destinos durante a permanência no país.
- Interessa-se pela cultura, gastronomia e esportes da região.

Além disso, continua gastando no destino escolhido, mesmo depois que retorna ao país de origem, pois deixa o barco no país visitado para aproveitar pelo menos mais uma temporada no ano seguinte. São características comuns tanto aos proprietários de barco de lazer quanto aos usuários de *charter*, os serviços utilizados e os motivos que levam à escolha do destino¹¹:

Serviços mais utilizados¹²:

- Restaurantes;
- Animação noturna;
- Atividades esportivas;
- Compras;
- Atividades relacionadas à natureza;
- Visitas culturais e circuitos turísticos;
- Roteiros turísticos diversificados.

¹¹ Fonte: Fonte: Acobar/Allen Consulting

¹² Fonte: Acobar/Allen Consulting

Motivos que levam à escolha do destino:

- Proximidade de atrativos (naturais, culturais e históricos);
- Atividades de lazer e de recreio;
- Indicação de amigos;
- Qualidade dos serviços;
- Possibilidade de descanso;
- Atividades esportivas (regatas, competições);
- Clima da região;
- Preço.

Em 2011, foi realizado um levantamento com o trade turístico náutico das localidades mais visitadas da Baía de Todos-os-Santos, conforme Tabela abaixo:

TABELA 51
LOCALIDADES MAIS VISITADAS

Localidade	Tipos de embarcação*	Nº de embarcações/ano	Nº de visitantes/ano
Itamoabo (Ilha de Maré - Salvador)	L / E / V / S	1.540	11.710
Praia das Neves (Ilha de Maré - Salvador)	L / V	1.005	7.620
Botelho (Ilha de Maré - Salvador)	L / E / V	2.010	15.276
Museu Wanderley de Pinho (Candeias)	L / V	134	536
Ponta de Nossa Senhora (Ilha dos Frades - Salvador)	L / E / V / S	1.606	12.184
Loreto (Ilha dos Frades - Salvador)	L / E / V	402	3.048
Ilha de Bom Jesus dos Passos (Salvador)	L / E / V	402	3.048
Ponta de Areia (Itaparica)	L / E / V / S	2.010	15.276
Itaparica	L / E / V / S	2.010	15.276
Salinas da Margarida	L / E / V / S	536	4.052
Barra do Paraguaçu	L / E / V / S	536	4.052
Mutá (Jaguaripe)	L / E / V	134	1.004
Cações (Jaguaripe)	L / V / S	134	536
Cacha-Pregos (Vera Cruz)	L / E / V / S	1.005	7.620
Maragojipe	L / E / V / S	335	2.528
Cachoeira / São Félix	L / E / V / S	335	2.528
São Francisco do Paraguaçu (Cachoeira)	L / V / S	201	804
Outros	L / E / V / S	1.300	10.152
Total	-	15.635	117.250

* L (Lancha), E (Escuna), V (Veleiro) e S (Saveiro)

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

As informações acima permitem concluir que, resguardadas as singularidades, o perfil do cliente é muito parecido tanto para os turistas de *charter* quanto para os proprietários de embarcações. A necessidade de atrativos naturais no destino, a qualidade dos serviços prestados e a segurança são condições essenciais para a atração de turistas náuticos. Na Baía de Todos-os-Santos, investimentos na melhoria da infraestrutura do destino, somados à diversificação de opções de lazer, principalmente os atrativos culturais e históricos em terra e a beleza da paisagem natural criam um cenário competitivo para atrair turistas náuticos com perfis diversificados.

5.2.4 Segmento Cultural

A análise relacionada ao campo cultural busca focar a situação presente na região da Baía de Todos-os-Santos. O território é rico em **entidades e espaços culturais** para a

realização de roteiros culturais e atividades esportivas. Entretanto, há uma carência de dados específicos sobre esta demanda, apesar do potencial ainda pouco explorado pelo turismo.

O polo BTS apresenta-se como um território multicultural e diversificado. A herança arquitetônica é bastante presente em Salvador e no Recôncavo. Considerando os monumentos mais importantes na área do polo, existem, aproximadamente, 300 monumentos diferentes, com alto valor histórico. A distribuição territorial dos museus é bastante desigual, com 53, dos 61 museus, concentrados no município de Salvador. Quase a totalidade dos museus públicos também fica situada na capital. Os dados disponíveis de visitas não permitem distinguir entre os visitantes residentes e os externos.

5.2.5 Perfil do consumidor do turismo cultural

Tradicionalmente, consumidores culturais podem ser descritos a partir de dois modelos opostos: por um lado, o antigo visitante “faça você mesmo”, que organiza a visita aos locais de cultura, com uma conexão subjetiva entre os vários recursos culturais presentes na área; por outro lado, o consumidor de massa, que se recusa a fazer uma escolha passivamente, realizando uma rota construída e contando com guias e livros.

As necessidades emergentes, de acordo com novos valores difundidos de conhecimento e experiência na sociedade contemporânea, tendem a ultrapassar tais modelos obsoletos de consumo de cultura e, portanto, requerem uma organização muito mais efetiva de oferta cultural no território, a fim de que as escolhas do visitante ou espectador sejam facilitadas e encorajadas em termos materiais e financeiros.

A experiência recente de muitos locais culturais mostra uma variedade de ferramentas acionadas para tal objetivo, que vão desde uma simples ligação entre recursos culturais homogêneos (por exemplo, museus, monumentos ou teatros) a desenhos de instituições complexos de toda oferta cultural em uma determinada área. Tais ferramentas, que em breve serão descritas abaixo, diferenciam-se entre si em objetivos, infraestrutura, processos de tomada de decisão e estrutura gerencial e, claro, exercem um impacto variado na demanda cultural.

5.2.6 Facilitação da demanda cultural

Essas são as mais simples ferramentas adotadas em muitas cidades ou áreas artísticas, consistindo em um ingresso comum que pode ser usado para visitar um número de locais culturais (igrejas, monumentos, museus, galerias), seja homogêneo ou heterogêneo, seja no mesmo dia ou em outra ocasião mais distante, também com a oportunidade de visitar algum local novamente. Ingressos comuns são preparados para um nível abaixo da soma de ingressos separados, oferecendo assim aos visitantes um tipo de “desconto” e tornando conveniente para eles a compra dos mesmos, em vez de uma série de ingressos individuais. Obviamente, a conveniência real depende do tempo que cada visitante deseja passar nesses locais culturais específicos. Um exemplo de ingresso comum é o utilizado em Veneza para visitar um grupo de 12 igrejas.

Um modelo mais complexo de facilitação de demanda consiste em um cartão que “contém” certo valor financeiro. Assim que comprar, permite ao proprietário adquirir bens e serviços dentro de um padrão estabelecido (por exemplo, visitas, publicações, visitas guiadas; itens culturais e transporte urbano; despesas relacionadas à visita, mas também descontos para refeições e outras compras). Nesse caso, o foco não é

apenas facilitar a escolha do consumidor, mas também tratar do comportamento do consumidor referente a tipos específicos de escolhas, como o uso de transporte público ao invés de privado. Exemplos de cartões culturais são emitidos pelo Teatro Argentina, em Roma, concedendo aos espectadores um valor total que pode ser gasto em uma variedade de shows e assentos; e isso emitido pela Region Campânia (Campania Artec card), permitindo ao proprietário comprar ingressos culturais, mas também outros serviços, por um preço com desconto.

Adotar essas ferramentas não significa influência na infraestrutura e no processo de tomada de decisão, já que eles estão apenas focados em encorajar o consumo comum de múltiplos recursos culturais no território. No caso de cartões incluindo serviços urbanos, alguma negociação e acordos devem ser feitos com autoridades públicas.

Tais ferramentas não parecem exercer qualquer impacto relevante na oferta e na demanda cultural, já que eles não permitem aos visitantes reduzir seus custos de informação ou reservar quantidades limitadas de dinheiro quando no momento em que os mesmos já decidiram visitar vários locais culturais.

5.3 DEMANDA ATUAL X POTENCIAL

Neste capítulo analisa-se o comportamento total dos turistas na atualidade e no passado recente. Para tanto, em um primeiro momento, recuperam-se dados apresentados anteriormente, de forma sucinta, tentando apresentar um panorama da demanda atual.

Em uma segunda etapa são apresentadas as projeções de crescimento de fluxo, receita e impacto no PIB. As projeções apresentadas são estimativas elaboradas pela Setur. As projeções sobre a evolução do fluxo e da receita oferecem subsídios para estimativas de geração de emprego e renda e avaliação do potencial econômico do turismo na região da Baía de Todos-os-Santos.

Vale ressaltar que, em alguns casos, utilizam-se dados de Salvador, extrapolando-os para os demais municípios que compõem o polo BTS, em razão da indisponibilidade de dados para todos eles.

5.3.1 Demanda Atual

Meios de Hospedagem

Para o horizonte de dez anos de análise (2002 - 2011), a taxa de ocupação nos meios de hospedagem (MHs) classificados e assemelhados de Salvador vem variando ao longo do período, passando de uma média anual de 62,52% para 67,20%, com índice máximo no período de 70,25% ocorrido no ano de 2005, conforme demonstra a Tabela a seguir. Essas taxas de ocupação traduzem a realidade da hotelaria brasileira e refletem as oscilações econômicas, em nível nacional e internacional, ocorridas no período analisado.

TABELA 52**TAXA MÉDIA DE OCUPAÇÃO DOS PRINCIPAIS HOTÉIS DE SALVADOR (%)**

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Média Jan a Dez
2012	75,16	57,83											
2011	82,62	72,00	72,00	65,12	62,82	52,49	65,34	62,73	70,78	73,35	72,02	55,12	67,20
2010	81,64	64,41	62,61	61,28	54,93	51,08	67,57	69,09	85,22	70,99	75,41	65,67	67,49
2009	78,65	62,94	63,43	54,53	51,18	45,62	62,54	67,82	67,82	70,20	68,51	57,27	62,54
2008	74,63	68,01	61,41	63,40	64,41	55,94	66,38	65,05	62,37	64,17	67,71	62,42	64,66
2007	78,66	72,23	67,45	59,30	60,20	53,81	58,21	61,81	64,07	71,81	75,22	57,31	65,01
2006	83,88	75,99	68,23	58,81	57,64	51,66	69,88	76,13	67,55	72,59	77,46	61,56	68,45
2005	91,55	78,82	70,59	64,20	59,43	58,30	69,47	69,74	70,34	75,49	76,69	58,42	70,25
2004	84,06	71,71	67,73	62,58	55,80	54,39	68,16	72,21	71,51	76,06	81,81	61,90	68,99
2003	77,23	67,07	68,77	60,50	58,76	50,80	70,11	66,44	77,85	75,36	78,28	64,04	67,93
2002	74,73	67,30	61,65	55,16	55,30	43,70	63,89	67,61	63,43	62,78	76,11	58,59	62,52

Fonte: SHRBS- Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Salvador

Evolução da Receita e Fluxo Turístico

Analisando-se o movimento total de passageiros no Aeroporto Internacional de Salvador (único acesso aéreo ao polo BTS) constata-se um crescimento no período 2000 – 2011 da ordem de 61,93%, conforme indica a Tabela a seguir:

TABELA 53**NÚMERO DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO LUÍS EDUARDO MAGALHÃES (2006/2011)***

Ano	Internacional	Doméstico	Total
2011	356.666	6.750.403	7.107.074
2010	335.700	5.906.146	6.241.846
2009	313.356	5.187.464	5.500.820
2008	377.321	4.554.974	4.932.295
2007	404.985	4.500.178	4.905.163
2006	382.764	4.173.552	4.546.316
2005	259.578	3.468.423	3.728.001
2004	276.599	2.992.171	3.268.770
2003	27.228	2.705.993	2.733.221
2002	110.002	2.750.109	2.863.111
2001	105.991	2.556.851	2.662.842
2000	113.973	2.261.007	2.375.980

FONTE: Suinvest, DPEE, 2011

* Sem conexão e cabotagem

Ainda utilizando-se como parâmetros os dados referentes a Salvador, constata-se que o fluxo turístico, assim como a taxa de ocupação hoteleira descrita anteriormente, vem aumentando. O crescimento do fluxo turístico em Salvador, no período de análise (2000-2011), foi de 33,43%.

Esta diferença de percentuais de crescimento entre o fluxo turístico e o movimento do aeroporto, demonstra que o acesso ao transporte aéreo sofreu uma dinâmica diferenciada daquela verificada em outros meios de locomoção utilizados na avaliação

do fluxo geral de turistas, atestando que este modal de transportes adquiriu uma maior popularidade entre os viajantes.

Outros elementos de análise que medem o incremento da receita num determinado destino, são a permanência média e o GMDI (Gasto Médio Diário Individual). O melhor aproveitamento das potencialidades da região como um todo permitiria o aumento no gasto diário em cada localidade. Permitiria também uma maior permanência no polo como um todo, possibilitando ao turista estender a viagem a outros destinos da BTS. Assim, tanto o GMDI quanto a permanência média seriam incrementados, causando maior impacto na receita total.

O aumento nesses componentes também se dá através da captação prioritária de turistas com propensão maior a gastos (como indicado na estratégia adotada) ou com propensão a maior permanência média.

5.3.2 Demanda Potencial

Projeções de Fluxo, Receita e Impacto no PIB

As projeções para o fluxo, a receita e o impacto no PIB, apresentadas a seguir, foram elaboradas pela Fipe. São utilizados quatro cenários de crescimento para suas projeções de fluxo e receita. Cabe ressaltar que as projeções consideram um crescimento mais acentuado da receita que do fluxo, indicando uma priorização de mercados e ações que gerem maior gasto médio diário individual e permanência média, colocando o aumento no fluxo em segundo plano.

Estimativas de Empregos

Com o intuito de estimar o número de empregos relacionados à atividade turística no polo considerou-se a metodologia do Multiplicador de Empregos na Hotelaria, que, através dos indicadores elaborados pela Setur e estimados pela Fipe, relaciona o número de empregos com a quantidade de Unidades Habitacionais existentes no polo. A Setur, a partir de um cadastro de empreendimentos a serem implantados no polo, chegou a três indicadores, dois relacionados a empregos diretos na hotelaria por unidade habitacional (UH) e outro relacionado com empregos diretos por leito.

Da mesma forma que os gastos diretos geram gastos indiretos e induzidos, mobilizando toda a economia, existem estimativas de multiplicadores de empregos (MT_E) identificando a quantidade de empregos totais gerados a cada emprego direto:

$$1. \quad MT_E = ET / ED$$

$$ET = ED + E_{idr} + E_{idz}, \text{ onde}$$

ET = Empregos totais

ED = Empregos diretos

E_{idr} = Empregos indiretos

E_{idz} = Empregos induzidos

As estimativas de empregos diretos gerados são elaboradas a partir do número de unidades habitacionais hoteleiras disponíveis e/ou acrescidas. O multiplicador de empregos diretos por unidade habitacional é 1,5.

O multiplicador elaborado pela Fipe, com a estimativa de 5,5 empregos totais para cada emprego direto gerado¹³, com o qual a Setur utiliza esse multiplicador para o cálculo do emprego total do turismo no polo BTS com base no quantitativo do estoque formal de empregos para as atividades características do turismo, que são 72.753 postos de trabalhos formais diretos, tem-se com isso que os empregos no turismo do polo BTS totalizam 400.141. A diferença entre os dois é o número de empregos indiretos e induzidos gerados pela atividade turística. Portanto, o multiplicador para o total de empregos gerados por emprego direto é:

Multiplicador	Valor	Responsável pelo Estudo
MT _{EH}	5,5	FIPE

Com esses indicadores, estimativas anteriores de empregos em turismo na Bahia, e o multiplicador de empregos da Fipe, citado anteriormente, chegou-se às seguintes projeções de empregos diretos e secundários:

UHs em meios de hospedagem do polo BTS: 18.240
 Empregos diretos em turismo no polo: 72.753
 Empregos totais em turismo no polo (diretos + secundários): 400.141

Perfil de Gastos dos Turistas

Um conjunto de informações relevantes, necessárias para parametrizar os choques do modelo, refere-se ao perfil de gastos dos turistas nas regiões de destino do Estado da Bahia. Consideramos, inicialmente, informações sobre o perfil do **turismo doméstico** a partir de estimativas, presentes em estudos da Fipe, elaborados para a Embratur, sobre caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil. A partir dos microdados da pesquisa referente a 2007, pode-se gerar informações sobre composição dos gastos no polo BTS. Para o segundo destino baiano – resto da Bahia – utilizou-se procedimento residual, a partir de informações adicionais sobre a composição dos gastos médios no Estado como um todo. As estimativas brutas do estudo encontram-se na Tabela a seguir.

TABELA - 54

Turismo Doméstico – Composição dos Gastos Médios dos Visitantes*, Polo BTS e Resto da Bahia (em BRL 2007)

Tipo de Gasto	Destino	
	Polo BTS	Resto BA
Compras Pessoais	145,51	41,05
Transporte Local	26,54	110,50
Hospedagem	128,75	149,66
Alimentação	181,11	98,70
Passeios e Atrações Turísticas	81,74	70,09
Diversão Noturna	72,61	50,73
Outros	35,89	19,18
Total	676,85	539,92

Realizados pelos residentes em um domicílio Fonte: FIPE

¹³ PRODETUR BA I. Relatório Final, dezembro de 1992, pág. 189. Bahiatursa.

Os itens “pacotes” e “transporte (origem-destino-origem)” foram excluídos da composição dos gastos considerados no vetor de choques associados a gastos dos visitantes nos destinos turísticos. No caso dos gastos com “pacotes”, utilizamos a informação dos gastos como fator de alteração dos níveis de gastos locais, uma vez que parte considerável dos gastos associados a este item traduz-se em gastos na região de destino, principalmente em hospedagem, alimentação, passeios e atrações turísticas. Os gastos com deslocamentos de viagem foram desconsiderados.

Considerando, ainda, informações da Pesquisa Fipe/Embratur sobre o tempo médio de permanência, podem-se obter os gastos médios *per capita* por turista/dia (doméstico). Os resultados são apresentados na Tabela abaixo.

TABELA 55

Turismo Doméstico – Composição dos Gastos Médios dos Visitantes *Per Capita* ao dia, Polo BTS e Resto da Bahia (em BRL 2007)

Tipo de Gasto	Destino	
	Polo BTS	BA
Compras Pessoais	19,39	5,51
Transporte Local	3,50	14,84
Hospedagem	17,15	20,09
Alimentação	24,13	13,25
Passeios e Atrações Turísticas	11,56	9,41
Diversão Noturna	9,67	6,81
Outros	4,78	2,58
Total	90,18	72,49

Fonte: FIPE/EMBRATUR - 2011

Para parametrização do modelo, os itens de gasto foram mapeados para cinco produtos do modelo, a saber, “comércio” (compras pessoais); “transporte de passageiro” (transporte local); “alojamento e alimentação” (hospedagem e alimentação); “serviços prestados às famílias” (passeios e atrações turísticas); e “serviços domésticos” (diversão noturna e outros).

Para o turismo internacional, utilizamos informações sobre a estrutura dos gastos dos turistas estrangeiros obtida da Pesquisa Fipe/Embratur. A regionalização dessas informações baseou-se nas diferenças interregionais dos níveis de gastos médios do turismo doméstico nos destinos do Estado da Bahia. Manteve-se, assim, a estrutura da composição dos itens de gasto, alterando-se os valores totais proporcionalmente às diferenças verificadas. Segundo estas fontes de dados, a composição dos gastos diários dos turistas estrangeiros no polo BTS e no “Resto da Bahia” pode ser aproximada pelos valores apresentados na Tabela 56.

TABELA 56**Turismo Internacional – Composição dos Gastos Médios *Per Capita* ao dia, Polo BTS e Resto da Bahia (em BRL 2007)**

Tipo de Gasto	Polo BTS	Resto BA
Comércio	20,90	13,37
Transporte Passageiros	17,66	13,35
Alojamento e Alimentação	68,55	53,83
Serviços Prestados às Famílias	15,72	14,10
Outros Serviços	15,49	27,09
Total	138,33	121,74

Fonte: FIPE / EMBRATUR- 2011

Gastos adicionais dos turistas

As premissas dos quatro cenários descritos abaixo se refletem diretamente nos gastos totais dos turistas, domésticos e internacionais, por região de destino.

Cenário 1. Aumento gradativo dos gastos dos turistas com passeios e atrações turísticas, a partir de 2018, atingindo um incremento de 10% em 2027.

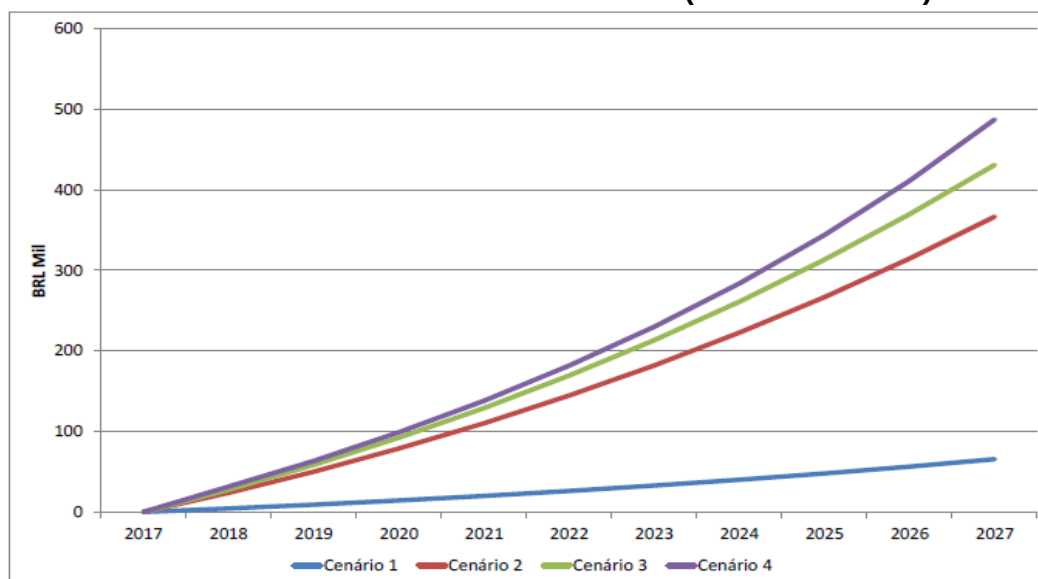
Cenário 2. Às premissas do Cenário 1 acrescenta-se a hipótese de aumento gradativo do tempo médio de permanência dos turistas domésticos (de 7,51 dias para 8,00) e internacionais (de 13,87 para 14,00), a partir de 2018.

Cenário 3. Às premissas do Cenário 2 acrescenta-se a hipótese de aumento gradativo nos gastos diários dos turistas domésticos com alojamento e alimentação, atingindo um incremento de 3%, em 2027.

Cenário 4. Este cenário inclui uma hipótese adicional ao Cenário 3: aumento gradativo do fluxo de turistas para o polo BTS, atingindo um incremento de 1%, em 2027.

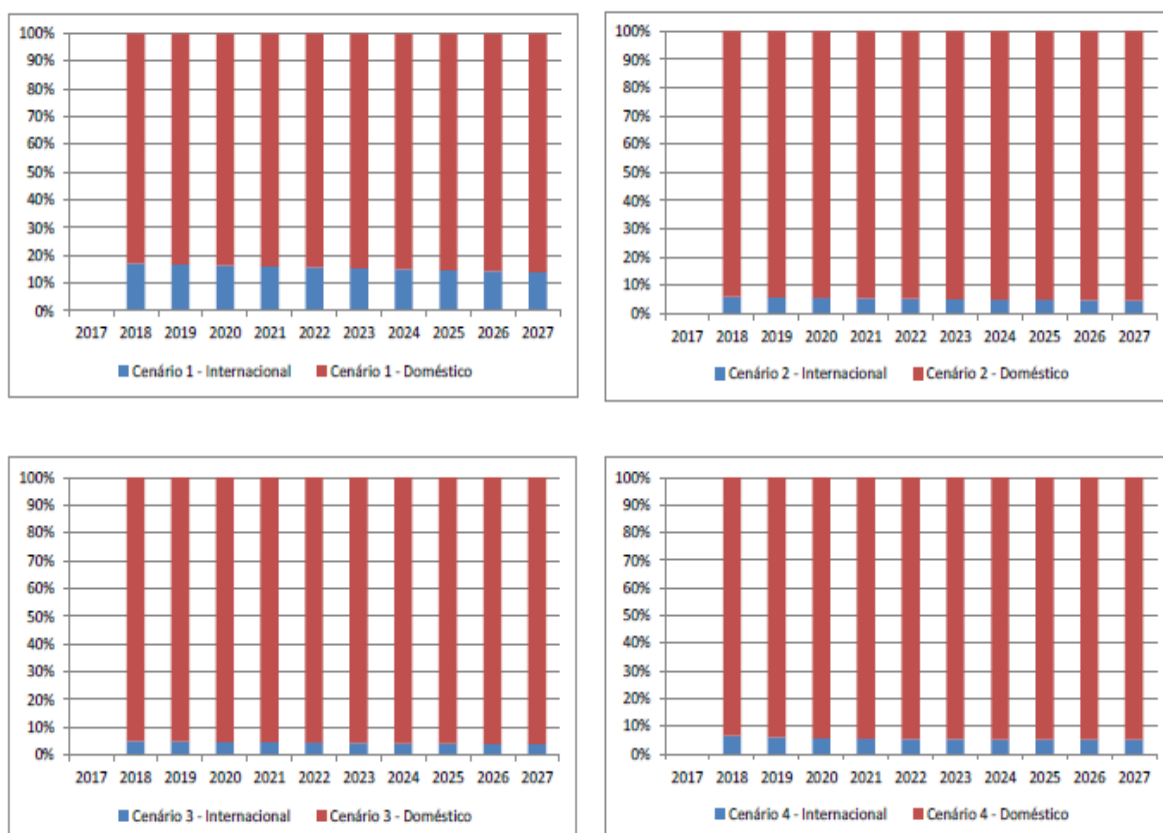
Como mencionado, a sequência dos cenários sugere uma magnificação dos efeitos a partir do Cenário 1. O Gráfico 46 ilustra este fato. Entretanto, os efeitos sobre a composição da origem dos gastos (turismo doméstico e internacional) se alteram ao longo do tempo, com o aumento da participação dos gastos dos turistas domésticos (Gráfico 47). Esses resultados são influenciados pelas hipóteses definidas nos cenários, sendo que o aumento da participação dos gastos dos turistas domésticos reflete a dominância das hipóteses dos Cenários 2 e 3.

GRÁFICO 45
Gastos adicionais dos turistas no Estado da Bahia (em BRL milhões)



Fonte: FIPE, 2012, Estudo de impactos socioeconômicos potenciais dos investimentos PRODETUR Nacional Bahia

GRÁFICO 46
Estrutura dos gastos adicionais dos turistas no Estado da Bahia:
Cenários 1, 2, 3 e 4 (em % do total)



Fonte: FIPE, 2012, Estudo de impactos socioeconômicos potenciais dos investimentos PRODETUR Nacional Bahia

TABELA 57

**Projeção dos gastos adicionais dos turistas no Estado da Bahia
(em BRL milhões)**

Cenário 1											
<i>Origem dos turistas</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Pólo BTS</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Resto_BA</i>	0,0	0,5	1,1	1,7	2,4	3,2	4,1	5,0	6,0	7,1	8,3
<i>Resto_BR</i>	0,0	3,1	6,5	10,2	14,3	18,8	23,7	29,1	34,9	41,2	48,0
<i>Exterior</i>	0,0	0,7	1,5	2,3	3,2	4,1	5,0	6,0	7,0	8,1	9,2
TOTAL	0,0	4,4	9,1	14,3	20,0	26,1	32,8	40,1	47,9	56,4	65,5

Cenário 2											
<i>Origem dos turistas</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Pólo BTS</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Resto_BA</i>	0,0	3,2	6,8	10,8	15,2	20,0	25,3	31,0	37,3	44,2	51,8
<i>Resto_BR</i>	0,0	19,2	40,3	63,6	89,1	116,9	147,3	180,4	216,4	255,4	297,8
<i>Exterior</i>	0,0	1,4	2,9	4,4	6,0	7,6	9,4	11,2	13,0	15,0	17,0
TOTAL	0,0	23,8	50,0	78,8	110,2	144,5	181,9	222,6	266,7	314,6	366,6

Cenário 3											
<i>Origem dos turistas</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Pólo BTS</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Resto_BA</i>	0,0	3,8	8,1	12,8	17,9	23,6	29,8	36,7	44,2	52,4	61,3
<i>Resto_BR</i>	0,0	22,6	47,6	75,0	105,2	138,1	174,1	213,3	255,9	302,3	352,6
<i>Exterior</i>	0,0	1,4	2,9	4,4	6,0	7,6	9,4	11,2	13,0	15,0	17,0
TOTAL	0,0	27,8	58,5	92,2	129,1	169,3	213,3	261,1	313,2	369,7	430,9

Cenário 4											
<i>Origem dos turistas</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Pólo BTS</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Resto_BA</i>	0,0	4,3	8,6	13,6	19,0	25,1	31,9	39,5	48,0	57,6	68,4
<i>Resto_BR</i>	0,0	25,2	51,0	79,8	111,6	146,8	186,0	229,5	278,1	332,4	393,6
<i>Exterior</i>	0,0	2,1	3,8	5,6	7,6	9,7	12,1	14,8	17,8	21,2	25,3
TOTAL	0,0	31,5	63,5	98,9	138,1	181,7	230,0	283,8	343,8	411,2	487,3

Fonte: FIPE, 2012, Estudo de impactos socioeconômicos potenciais dos investimentos PRODETUR Nacional Bahia

5.3.3 Quadros Prospectivos

A evolução da atividade turística nos próximos anos, de uma forma geral, é resultado dos impactos econômicos, socioculturais e ambientais gerados em âmbito regional, nacional e internacional. O dimensionamento das atividades futuras é parte essencial do processo de planejamento turístico, e, para tanto, serão indicadas perspectivas sobre o fluxo turístico. Em um primeiro momento, são apresentadas as projeções e estimativas quantitativas. Assim, estão inseridas as tabelas e quadros com as estimativas de fluxo, receita e impacto econômico para quatro cenários possíveis. Nesses quadros-resumo são apresentadas as seguintes informações:

- Crescimento do fluxo turístico;
- Crescimento da receita turística derivada;
- Comportamento em relação à permanência média (PM) e gasto médio diário individual (GMDI);
- Incremento no número de unidades habitacionais (UHs) na BTS.

As projeções de fluxo através das diferentes características da demanda devem associar-se a uma estimativa da oferta de hospedagem já identificada pela Setur junto a investidores. Também se considerou a estimativa de crescimento populacional e população flutuante, para identificar possíveis pressões demográficas decorrentes do desenvolvimento turístico.

Para elaboração dessas estimativas e projeções, foram utilizadas metodologias específicas.

A segunda etapa identifica as consequências qualitativas desse fluxo turístico previsto, com os possíveis impactos do desenvolvimento turístico na área de planejamento, caso não sejam implementadas as devidas ações previstas para mitigar os impactos. Essa análise resulta em uma avaliação da coerência entre as estratégias de desenvolvimento previstas e os impactos socioambientais nessas mesmas áreas.

Impacto Quantitativo

Para a avaliação do impacto quantitativo utilizou-se o fluxo e a receita total como base para as projeções e estimativas. Tanto o fluxo como a receita crescem a taxas diferentes, sendo o maior crescimento previsto direcionado para a receita. Essa diferença entre as taxas indica uma priorização do aumento da receita em relação ao fluxo, como resultado de uma série de ações que visam atrair um turista com um perfil econômico caracterizado pelo maior poder de gasto no destino, conforme explicitado neste documento de planejamento turístico e fruto da Estratégia Turística da Bahia 2007-2016.

Como essa diferença decorre das ações coordenadas atendidas pelas macroestratégias, é previsto que ela se modifique durante o período analisado, à medida que ações forem implantadas e surtam efeito.

Para o ano de 2013, a Setur estima uma ligeira queda ou manutenção dos valores encontrados em 2011. Esse comportamento foi previsto com base nos seguintes fatores:

- Redução geral no fluxo mundial de viagens, em função da crise econômica que persiste em mercados emissores europeus para a Bahia, a exemplo da Espanha, Itália e Portugal.
- Situação econômica fragilizada na Argentina, principal emissor internacional.
- Crise político-econômica nos Estados Unidos.
- Situação cambial fortalecida do Real frente ao Euro e ao Dólar, encarecendo o destino nos mercados internacionais e facilitando a saída de brasileiros para viagens de lazer ao exterior.

Contrapondo-se a essa situação, a Organização Mundial do Turismo (OMT), por sua vez, informou em seu boletim de janeiro de 2011 que:

“Impulsionado por melhores condições econômicas em todo o mundo, o fluxo internacional de turismo recuperou-se mais rápido do que o esperado dos impactos da crise financeira mundial e a recessão econômica de finais de 2008 e 2009. Chegadas de turistas internacionais aumentaram em 6,7% comparado a 2009, com um crescimento positivo em todas as regiões do mundo”.

“2010 também contou com megaeventos de importância: esporte, cultura e exposições, com extraordinária capacidade para atrair visitantes e posição aos destinos receptores. Os exemplos mais significativos incluem os Jogos Olímpicos de Inverno no Canadá, a Expo de Xangai, na China, e a Copa Mundial de Futebol, na África do Sul”.

“(...) as chegadas turísticas internacionais são somente uma parte do turismo mundial, na qual não se considera o mercado interno. E este se

beneficiou consideravelmente do auge da crise do turismo, especialmente nos Estados Unidos.”¹⁴

Para se avaliar os impactos do Prodetur Bahia associados aos incrementos esperados nos gastos totais dos turistas (seja pela intensificação dos fluxos de turistas, pelo aumento dos gastos médios ou pelo aumento do tempo de permanência), é fundamental que se tenha uma ideia dos fluxos atuais e dos fluxos projetados na ausência dos investimentos.

Essas informações, contudo, estão disponibilizadas parcialmente e em fontes dispersas. Para se obter uma estimativa sobre os fluxos de turistas entre pares de origem e destino, no contexto de nossa modelagem, combinamos algumas fontes de informações sobre fluxos de turistas domésticos e internacionais para calibrar uma matriz de fluxos de turistas para o ano-base 2007.

As principais informações (fontes) utilizadas foram: a) turismo doméstico: estimativa de fluxos de viagens para a Bahia, com origem dentro e fora do Estado (Fipe/Embratur); e b) turismo internacional: estimativa do número de turistas estrangeiros no Estado da Bahia (Embratur).

Para o turismo internacional, foram utilizados dados históricos sobre turismo receptivo para o período 1991-2007 (Embratur), considerando os números de turistas no Brasil e na Bahia.

O dimensionamento do turismo doméstico baseou-se em informações do estudo “Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2007”, elaborado pela própria Fipe para o Ministério do Turismo. O total de pessoas x viagens (turistas domésticos) em 2007 foi estimado em 128.505 mil no Brasil. Deste total, o Estado da Bahia foi o destino de 9.052 mil, ou 7,0% do total. Outra informação relevante é que do total turistas x viagens com destino à Bahia, 1.754 mil (19,4%) teriam se originado no próprio Estado.

Com base nesses grandes números e com as informações sobre procedência dos turistas no polo, estimamos os números de turistas estrangeiros e de outros estados, restando ainda desagregar os fluxos intraestaduais.

Como resultado, conseguimos estimar o fluxo de turistas nas duas regiões de destino, relevantes para a análise de impacto (Polo BTS e Resto da Bahia) segundo suas diferentes origens (doméstica e internacional), tendo ainda desagregado a origem dos turistas domésticos por estado. A composição da origem dos turistas para o polo BTS e a Bahia é apresentada nos Gráficos 47 e 48. Os resultados absolutos, desagregados inclusive por Estado de origem, são apresentados na Tabela 58. É interessante notar que o fluxo de turistas internacionais possui participação mais elevada no polo BTS (9,3%) em comparação com o Estado da Bahia como um todo (5,7%). Além disso, considerando apenas a composição dos fluxos de turistas domésticos com origem em outros Estados, constata-se que a participação dos turistas provenientes de São Paulo e de Minas Gerais é mais forte no Estado como um todo, enquanto que no polo BTS tem-se São Paulo e Rio de Janeiro com participações mais elevadas.

¹⁴ Organização Mundial do Turismo – OMT.

http://85.62.13.114/media/news/en/press_det.php?id=7331&idioma=E acessado em 17/10/2011.

GRÁFICO 47
Composição dos fluxos de turistas segundo a origem, 2007
Destino: Bahia

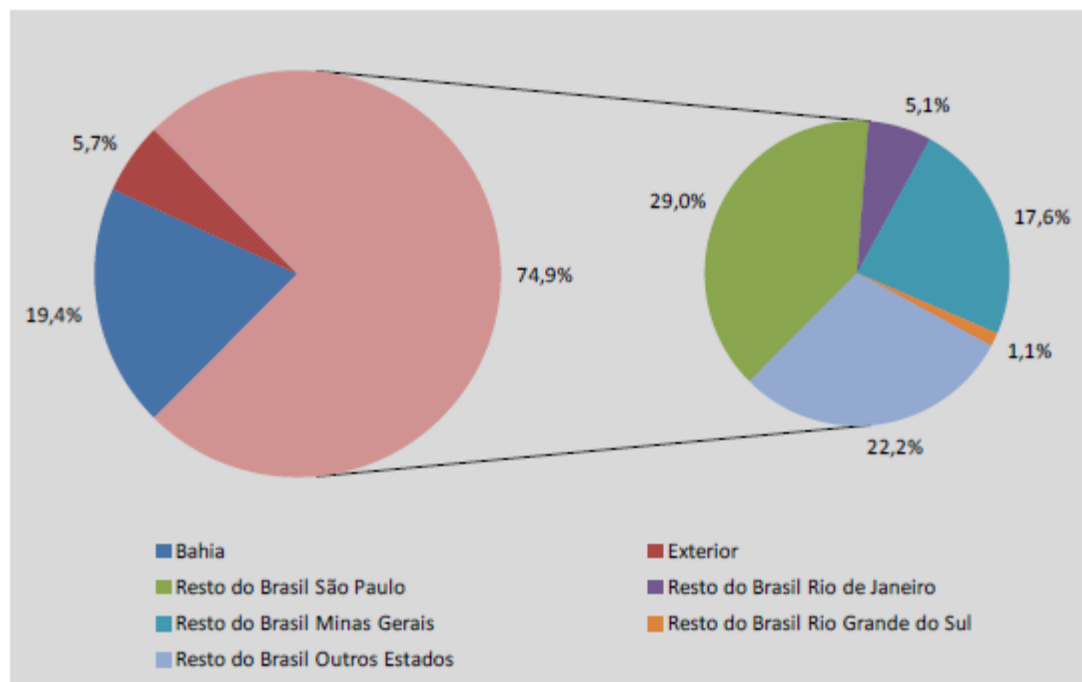


GRÁFICO 48
Composição dos fluxos de turistas segundo a origem, 2007
Destino: Polo BTS

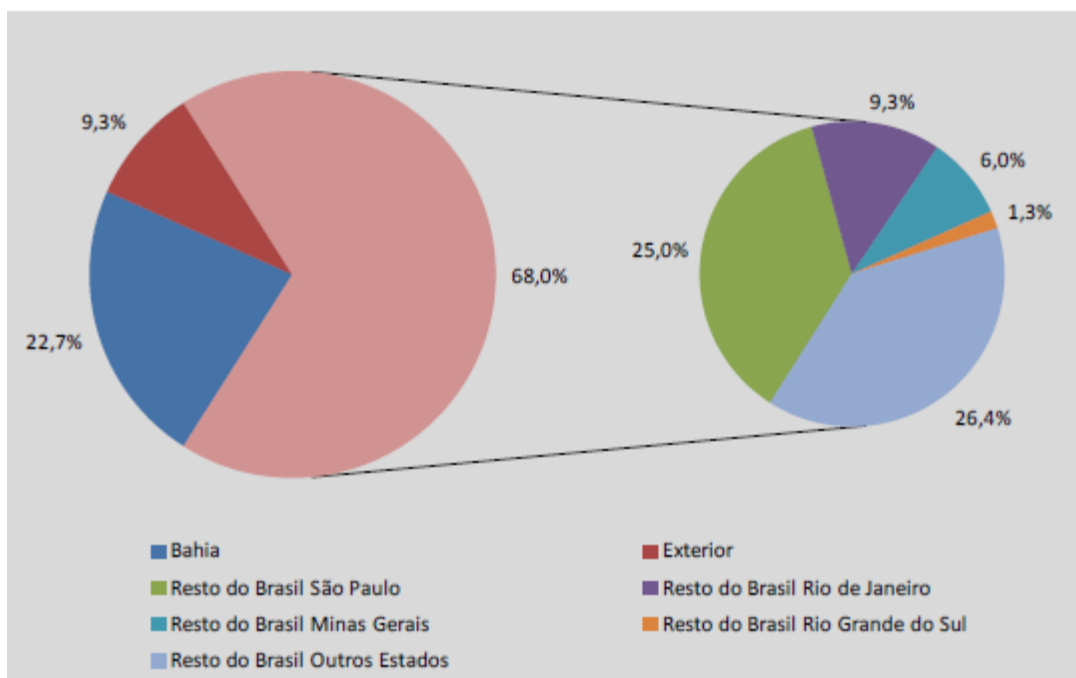


Tabela 58

Estimativa dos fluxos de turistas entre pares de origem e destino, 2007

Fluxo de Turistas (1.000)					% Destino					% Origem				
Ano-Base: 2007	Destination		Total		Ano-Base: 2007	Destination		Total		Ano-Base: 2007	Destination		Total	
	Pólo	Resto				Pólo	Resto				Pólo	Resto		
Origin	BAHIA	737	1.018	1.754	BAHIA	42,0	58,0	100,0		BAHIA	22,7	17,5	19,4	
	RO	1	0	1	RO	100,0	0,0	100,0		RO	0,0	0,0	0,0	
	AC	0	0	0	AC	100,0	0,0	100,0		AC	0,0	0,0	0,0	
	AM	18	1	19	AM	95,4	4,6	100,0		AM	0,6	0,0	0,2	
	RR	0	0	0	RR	100,0	0,0	100,0		RR	0,0	0,0	0,0	
	PA	19	2	21	PA	90,0	10,0	100,0		PA	0,6	0,0	0,2	
	AP	1	0	1	AP	100,0	0,0	100,0		AP	0,0	0,0	0,0	
	TO	5	21	26	TO	19,7	80,3	100,0		TO	0,2	0,4	0,3	
	MA	1	4	5	MA	28,2	71,8	100,0		MA	0,0	0,1	0,1	
	PI	19	1	19	PI	96,9	3,1	100,0		PI	0,6	0,0	0,2	
	CE	43	7	50	CE	86,5	13,5	100,0		CE	1,3	0,1	0,6	
	RN	17	4	21	RN	80,4	19,6	100,0		RN	0,5	0,1	0,2	
	PB	20	20	40	PB	50,2	49,8	100,0		PB	0,6	0,3	0,4	
	PE	165	172	337	PE	48,8	51,2	100,0		PE	5,1	3,0	3,7	
	AL	36	13	49	AL	73,2	26,8	100,0		AL	1,1	0,2	0,5	
	SE	215	102	316	SE	67,9	32,1	100,0		SE	6,6	1,7	3,5	
	MG	195	1.400	1.595	MG	12,2	87,8	100,0		MG	6,0	24,1	17,6	
	ES	37	217	253	ES	14,6	85,4	100,0		ES	1,1	3,7	2,8	
	RJ	303	155	457	RJ	66,2	33,8	100,0		RJ	9,3	2,7	5,1	
	SP	811	1.817	2.628	SP	30,9	69,1	100,0		SP	25,0	31,3	29,0	
	PR	39	127	166	PR	23,6	76,4	100,0		PR	1,2	2,2	1,8	
	SC	22	22	45	SC	50,2	49,8	100,0		SC	0,7	0,4	0,5	
	RS	41	57	98	RS	42,1	57,9	100,0		RS	1,3	1,0	1,1	
	MS	1	37	38	MS	2,9	97,1	100,0		MS	0,0	0,6	0,4	
	MT	5	9	14	MT	36,6	63,4	100,0		MT	0,2	0,2	0,2	
	GO	72	150	222	GO	32,4	67,6	100,0		GO	2,2	2,6	2,5	
	DF	121	239	360	DF	33,5	66,5	100,0		DF	3,7	4,1	4,0	
	Exterior	302	212	514	Exterior	58,7	41,3	100,0		Exterior	9,3	3,7	5,7	
TOTAL	3.247	5.805	9.052		TOTAL	35,9	64,1	100,0		TOTAL	100,0	100,0	100,0	

Em relação à competitividade do polo, ela pode influenciar a capacidade de indução do seu crescimento. Os principais atributos de competitividade que se busca aprimorar através do Prodetur Nacional são:

- Valorização dos componentes culturais do polo;
- Criação de infraestrutura para fortalecer o turismo náutico;
- Promoção do associativismo dos agentes de turismo locais;
- Coesão da oferta e foco de mercado;
- Fortalecimento da produção associada ao turismo;
- Melhor qualidade e variedade da oferta técnica;
- Melhor qualidade do ambiente urbano e do espaço dos atrativos;
- Fortalecimento do processo e dos meios de comunicação com o mercado.

De maneira sintética, esses predicados são fundamentais para a competitividade do polo, devendo ser aprimorados pelo conjunto de ações a serem implantadas. Se houver um acréscimo de desempenho muito superior (em todos os atributos) em relação aos concorrentes, será possível observar taxas de crescimento dentro do cenário otimista. Caso as ações garantam manutenção da competitividade, então se espera um crescimento médio, semelhante ao do cenário moderado. Em um último caso, se a competitividade dos concorrentes aumentar mais que a do polo, então é esperado um crescimento de mercado dentro do cenário conservador.

A Tabela a seguir apresenta um indicativo para definição dos cenários para o polo, ou seja, o número e tipologia de investimentos privados previstos para a região:

TABELA 59**LISTAGEM DE INVESTIMENTOS PRIVADOS PREVISTOS**

Em 20.09.2011

Discriminação	Tipologia	Localização	Nº de Uhs	Conclusão	Investimento em USD	Empregos Diretos
Grande Hotel de Itaparica	hotel	Itaparica	83	fev/2012	10.000.000	120
Catussaba Inn	hotel	Salvador	232	dez/2013	25.000.000	300
Catussaba Suítes	hotel	Salvador	86	dez/2011	9.000.000	86
Hotel Hilton / Hotel do Comércio	Hotel de alto padrão + restaurante + salas de reuniões + health club + 7Day Spa	Salvador	170	dez/2013	37.500.000	250
Porto Bello Armação	hotel	Armação / Salvador	380	dez/2015	50.000.000	200
Txai Hotel Salvador	Hotel de alto padrão+4 residências	Salvador	44	ND	3.500.000	120
Ilha de Cajaíba (1ª etapa)	A 1ª etapa compreende hotel com 318 UHs, 200 unidades residenciais e comerciais	São Francisco do Conde	1.010	jan/2014	195.000.000	800
Ilha de Cajaíba (2ª etapa)	A 2ª etapa compreende hotel com 318 UHs, 200 unidades residenciais e comerciais	São Francisco do Conde	422	jan/2016	130.000.000	800
Ilha de Cajaíba (3ª etapa)	A 3ª etapa compreende hotel com 318 UHs, 200 unidades residenciais e comerciais	São Francisco do Conde	100	jan/2018	195.000.000	800
Ilha de Cajaíba (4ª etapa)	A 4ª etapa compreende hotel com 318 UHs, 200 unidades residenciais e comerciais	São Francisco do Conde	618	jan/2020	130.000.000	800
Antigo Edifício Jornal A Tarde (Hotel Fasano)	Hotel-boutique	Salvador	70	ND	6.522.000	70
Matiz Salvador	Hotel de negócios + centro de convenções + área de lazer + lojas	Salvador	304	nov/2011	20.000.000	150
Hotel da Bahia	Reforma de hotel	Salvador	295	mar/2012	12.500.000	200
Hangar Salvador	2 hotéis: Ibis- 275 UHs / Novotel-192 UHs	Salvador	467	dez/2013	55.000.000	200
Mercure Boulevard Salvador	Residence Service	Salvador	324	abr/2012	40.000.000	200
TOTAIS			4.605		919.022.000	5.096

Fonter : SETUR, 2011

Ressalta-se no quadro anterior um volume de investimentos previstos da ordem de US\$ 919 milhões de dólares para o período 2011-2020 que poderá promover a geração de cerca de 5.000 empregos diretos, e o acréscimo de mais 4.605 unidades habitacionais na oferta hoteleira do polo.

Outro aspecto relevante, numa análise de cenários futuros da economia de um determinado destino turístico, relaciona-se ao crescimento do PIB. Neste caso, são apresentadas projeções para o PIB, população e PIB *per capita* para três regiões brasileiras (Polo Baía de Todos-os-Santos, Resto da Bahia e Resto do Brasil), além de projeções de crescimento da economia mundial. O gráfico a seguir indica esta evolução no período 2011-2027.

A Tabela 60 apresenta as estimativas das trajetórias do PIB, população e PIB *per capita* para o período 2011-2027. Já a Tabela 61 apresenta as respectivas estimativas das trajetórias do crescimento do PIB, população e PIB *per capita* para o período 2011-2027. O crescimento anual médio do PIB da Bahia é de 3,46%, enquanto o crescimento anual médio do PIB nacional é de 3,67%. No caso do polo BTS, essa taxa é da ordem de 3,45% ao ano no período. Para o PIB *per capita*, o crescimento anual

médio da Bahia é de 2,88%, enquanto o crescimento anual médio nacional é de 3,04%. O crescimento anual médio do PIB *per capita* no Polo BTS é de 1,87%.

TABELA 60
CENÁRIO TENDENCIAL – BASELINE: PIB, POPULAÇÃO E PIB PER CAPITA

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>PIB (milhões de R\$ 2007)</i>																	
BAHIA	124.760	129.534	134.068	138.847	143.829	149.101	154.444	159.934	165.499	171.212	177.038	183.032	189.133	195.372	201.750	208.283	214.944
Pólo BTS	61.107	65.486	67.699	70.048	72.547	75.180	77.878	80.654	83.475	86.368	89.326	92.366	95.467	98.637	101.876	105.188	108.562
Resto da Bahia	61.653	64.048	66.368	68.799	71.282	73.921	76.567	79.280	82.024	84.844	87.712	90.666	93.665	96.735	99.875	103.095	106.381
RESTO DO BRASIL	3.061.206	3.183.799	3.304.691	3.432.192	3.567.176	3.705.895	3.847.604	3.992.225	4.140.072	4.291.104	4.446.049	4.604.685	4.767.393	4.934.157	5.105.003	5.280.033	5.459.213
BRASIL	3.185.965	3.313.334	3.438.758	3.571.040	3.711.005	3.854.996	4.002.048	4.152.159	4.305.571	4.462.316	4.623.086	4.787.717	4.956.525	5.129.529	5.306.754	5.488.316	5.674.157
<i>População (1.000)</i>																	
BAHIA	14.886	15.001	15.111	15.216	15.316	15.412	15.505	15.596	15.683	15.768	15.850	15.929	16.006	16.079	16.149	16.215	16.278
Pólo BTS	4.559	4.644	4.728	4.811	4.893	4.974	5.055	5.136	5.216	5.295	5.374	5.453	5.531	5.609	5.685	5.761	5.836
Resto da Bahia	10.327	10.357	10.383	10.405	10.423	10.438	10.450	10.460	10.467	10.473	10.475	10.476	10.474	10.470	10.464	10.454	10.442
RESTO DO BRASIL	184.605	186.169	187.660	189.088	190.459	191.781	193.060	194.300	195.503	196.671	197.805	198.904	199.967	200.989	201.966	202.894	203.767
BRASIL	199.492	201.170	202.771	204.303	205.774	207.193	208.565	209.896	211.186	212.438	213.655	214.833	215.973	217.068	218.115	219.110	220.045
<i>PIB per capita (R\$ 2007)</i>																	
BAHIA	8.380,73	8.634,76	8.872,20	9.125,37	9.390,91	9.674,19	9.960,61	10.255,02	10.552,76	10.858,44	11.169,78	11.490,41	11.816,60	12.150,67	12.492,92	12.844,71	13.204,88
Pólo BTS	13.841,72	14.101,26	14.319,39	14.561,12	14.827,62	15.114,19	15.405,82	15.705,13	16.005,08	16.310,95	16.620,95	16.938,65	17.259,88	17.586,60	17.919,03	18.258,45	18.603,56
Resto da Bahia	5.969,89	6.183,73	6.391,93	6.612,18	6.838,84	7.081,82	7.326,66	7.579,25	7.836,09	8.101,55	8.373,12	8.654,51	8.942,22	9.238,84	9.544,75	9.861,40	10.187,79
RESTO DO BRASIL	16.582,43	17.101,68	17.609,98	18.151,34	18.729,40	19.323,59	19.929,58	20.546,72	21.176,55	21.818,73	22.476,95	23.150,26	23.840,91	24.549,40	25.276,52	26.023,60	26.791,40
BRASIL	15.970,40	16.470,29	16.958,82	17.479,13	18.034,34	18.605,80	19.188,45	19.782,03	20.387,60	21.005,23	21.638,14	22.285,73	22.949,80	23.630,98	24.330,03	25.048,28	25.786,35

TABELA 61
CENÁRIO TENDENCIAL – BASELINE: CRESCIMENTO DO PIB, POPULAÇÃO E PIB PER CAPITA

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<i>PIB (taxa de crescimento a.a.)</i>																	
BAHIA	-	3,83	3,50	3,57	3,59	3,67	3,58	3,55	3,48	3,45	3,40	3,39	3,33	3,30	3,26	3,24	3,20
Pólo BTS	-	3,77	3,38	3,47	3,57	3,63	3,59	3,57	3,50	3,47	3,42	3,40	3,36	3,32	3,28	3,25	3,21
Resto da Bahia	-	3,88	3,62	3,66	3,61	3,70	3,58	3,54	3,46	3,44	3,38	3,37	3,31	3,28	3,25	3,22	3,19
RESTO DO BRASIL	-	4,00	3,80	3,86	3,93	3,89	3,82	3,76	3,70	3,65	3,61	3,57	3,53	3,50	3,46	3,43	3,39
BRASIL	-	4,00	3,79	3,85	3,92	3,88	3,81	3,75	3,69	3,64	3,60	3,56	3,53	3,49	3,45	3,42	3,39
<i>População (taxa de crescimento a.a.)</i>																	
BAHIA	-	0,77	0,73	0,69	0,66	0,63	0,60	0,58	0,56	0,54	0,52	0,50	0,48	0,46	0,44	0,41	0,38
Pólo BTS	-	1,86	1,80	1,75	1,71	1,66	1,63	1,59	1,56	1,53	1,50	1,46	1,43	1,40	1,37	1,33	1,29
Resto da Bahia	-	0,29	0,25	0,21	0,17	0,14	0,12	0,09	0,07	0,05	0,03	0,01	-0,02	-0,04	-0,06	-0,09	-0,12
RESTO DO BRASIL	-	0,85	0,80	0,76	0,73	0,69	0,67	0,64	0,62	0,60	0,58	0,56	0,53	0,51	0,49	0,46	0,43
BRASIL	-	0,84	0,80	0,76	0,72	0,69	0,66	0,64	0,61	0,59	0,57	0,55	0,53	0,51	0,48	0,46	0,43
<i>PIB per capita (taxa de crescimento a.a.)</i>																	
BAHIA	-	3,03	2,75	2,85	2,91	3,02	2,96	2,96	2,90	2,90	2,87	2,87	2,84	2,83	2,82	2,82	2,80
Pólo BTS	-	1,88	1,55	1,69	1,83	1,93	1,93	1,94	1,91	1,91	1,90	1,91	1,90	1,89	1,89	1,89	1,89
Resto da Bahia	-	3,58	3,37	3,45	3,43	3,55	3,46	3,45	3,39	3,39	3,35	3,36	3,32	3,32	3,31	3,32	3,31
RESTO DO BRASIL	-	3,13	2,97	3,07	3,18	3,17	3,14	3,10	3,07	3,03	3,02	3,00	2,98	2,97	2,96	2,96	2,95
BRASIL	-	3,13	2,97	3,07	3,18	3,17	3,13	3,09	3,06	3,03	3,01	2,99	2,98	2,97	2,96	2,95	2,95

Quadros-Resumo

Os efeitos dos investimentos consideram duas fases distintas: (i) a primeira referente à fase de implantação dos investimentos previstos (2013-2017); e (ii) a segunda referente aos efeitos sobre o turismo, no período 2018-2027.

Foram desenhados quatro cenários associados aos efeitos diretos do Prodetur BA sobre o perfil dos turistas no polo BTS. Os cenários foram elaborados de modo que os efeitos previstos no Cenário 1 tendem a ser ampliados nos cenários subsequentes, de maneira gradativa. Assim, pode-se considerar o Cenário 1 como o mais conservador, o Cenário 2 como intermediário 1, o Cenário 3 como intermediário 2, e o Cenário 4 como o mais otimista.

Esse incremento diferenciado de visitantes no emprego e no PIB, consequentemente, gera diferentes impactos nos investimentos em empreendimentos turísticos e capacidade de geração de renda e emprego. O incremento fiscal pelo crescimento do PIB segue proporcional ao aumento do emprego e renda.

Em linhas gerais, Salvador deverá receber novos empreendimentos turísticos ao longo de sua orla e no Centro Histórico, principalmente. Eventos diversos (Carnaval, Festival

de Verão, Réveillon, festas juninas etc.) ganharão mais atratividade turística e outros serão formatados. Novos atrativos serão incorporados ao polo, sobretudo aqueles relacionados a uma maior valorização da cultura local e da atividade náutica propiciadas pelas ações previstas no Prodetur. A vertente náutica, por sua vez, tem capacidade de gerar fluxo próprio, contribuindo para uma imagem diferenciada do destino.

Nos municípios do entorno da Baía de Todos-os-Santos é prevista uma intensificação de roteiros e eventos com temática histórico-cultural. O patrimônio histórico e cultural será o elemento básico para a configuração desses produtos e serviços, sobretudo a partir das ações previstas pelo Distrito Cultural Turístico da BTS, que serão constantemente permeados pelos recursos naturais, e integrados ao desenvolvimento da estrutura náutica (aproximando ainda mais com Salvador), tanto para lazer regional como para atração de turistas. Pequenos e médios empreendimentos deverão prevalecer, mas verifica-se a intenção de implantação de estruturas de grande porte, a exemplo do projeto na Ilha de Cajaíba, em São Francisco do Conde. A construção de segundas residências deve crescer, assim como o fluxo regional com intenção de recreação.

TABELA 62
PROJEÇÃO DOS FLUXOS DE TURISTAS ENTRE PARES DE ORIGEM E DESTINO,
2008-2027

2008

Tourist flows (1.000)

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	519	519
<i>Resto_BA</i>	384	0	384
<i>Resto_BR</i>	2.337	4.871	7.208
<i>Exterior</i>	299	211	509
TOTAL	3.020	5.600	8.620

2009

Tourist flows (1.000)

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	505	505
<i>Resto_BA</i>	388	0	388
<i>Resto_BR</i>	2.283	4.744	7.027
<i>Exterior</i>	280	197	477
TOTAL	2.950	5.446	8.396

2010

Tourist flows (1.000)

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	554	554
<i>Resto_BA</i>	433	0	433
<i>Resto_BR</i>	2.505	5.228	7.733
<i>Exterior</i>	290	204	494
TOTAL	3.228	5.987	9.214

2011

Tourist flows (1.000)

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	529	529
<i>Resto_BA</i>	423	0	423
<i>Resto_BR</i>	2.573	5.328	7.901
<i>Exterior</i>	294	207	502
TOTAL	3.291	6.064	9.355

2012

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	544	544
<i>Resto_BA</i>	446	0	446
<i>Resto_BR</i>	2.700	5.578	8.278
<i>Exterior</i>	300	211	512
TOTAL	3.447	6.333	9.780

2013

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	556	556
<i>Resto_BA</i>	509	0	509
<i>Resto_BR</i>	3.059	5.857	8.916
<i>Exterior</i>	339	219	558
TOTAL	3.908	6.632	10.540

2014

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	570	570
<i>Resto_BA</i>	615	0	615
<i>Resto_BR</i>	3.674	6.179	9.853
<i>Exterior</i>	412	230	642
TOTAL	4.701	6.979	11.680

2015

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	586	586
<i>Resto_BA</i>	549	0	549
<i>Resto_BR</i>	3.271	6.417	9.688
<i>Exterior</i>	343	227	570
TOTAL	4.162	7.230	11.392

2016

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	603	603
<i>Resto_BA</i>	587	0	587
<i>Resto_BR</i>	3.485	6.729	10.215
<i>Exterior</i>	358	232	589
TOTAL	4.429	7.564	11.994

2017

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	621	621
<i>Resto_BA</i>	599	0	599
<i>Resto_BR</i>	3.549	7.036	10.585
<i>Exterior</i>	351	235	585
TOTAL	4.498	7.892	12.389

2018

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	639	639
<i>Resto_BA</i>	628	0	628
<i>Resto_BR</i>	3.715	7.364	11.079
<i>Exterior</i>	357	239	596
<i>TOTAL</i>	4.701	8.242	12.943

2020

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	676	676
<i>Resto_BA</i>	691	0	691
<i>Resto_BR</i>	4.068	8.056	12.124
<i>Exterior</i>	370	249	619
<i>TOTAL</i>	5.129	8.980	14.110

2022

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	715	715
<i>Resto_BA</i>	760	0	760
<i>Resto_BR</i>	4.446	8.804	13.251
<i>Exterior</i>	384	258	643
<i>TOTAL</i>	5.591	9.778	15.368

2024

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	756	756
<i>Resto_BA</i>	835	0	835
<i>Resto_BR</i>	4.856	9.614	14.470
<i>Exterior</i>	398	269	667
<i>TOTAL</i>	6.090	10.639	16.729

2026

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	800	800
<i>Resto_BA</i>	918	0	918
<i>Resto_BR</i>	5.300	10.494	15.794
<i>Exterior</i>	413	279	692
<i>TOTAL</i>	6.631	11.573	18.204

2019

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	657	657
<i>Resto_BA</i>	659	0	659
<i>Resto_BR</i>	3.889	7.704	11.592
<i>Exterior</i>	364	244	608
<i>TOTAL</i>	4.911	8.605	13.516

2021

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	695	695
<i>Resto_BA</i>	725	0	725
<i>Resto_BR</i>	4.254	8.422	12.676
<i>Exterior</i>	377	254	631
<i>TOTAL</i>	5.356	9.371	14.727

2023

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	735	735
<i>Resto_BA</i>	797	0	797
<i>Resto_BR</i>	4.647	9.201	13.848
<i>Exterior</i>	391	263	655
<i>TOTAL</i>	5.835	10.200	16.035

2025

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	778	778
<i>Resto_BA</i>	875	0	875
<i>Resto_BR</i>	5.073	10.045	15.118
<i>Exterior</i>	406	274	680
<i>TOTAL</i>	6.355	11.096	17.451

2027

	<i>Pólo BTS</i>	<i>Resto_BA</i>	<i>Total</i>
<i>Pólo BTS</i>	0	822	822
<i>Resto_BA</i>	962	0	962
<i>Resto_BR</i>	5.535	10.964	16.499
<i>Exterior</i>	421	284	705
<i>TOTAL</i>	6.918	12.070	18.989

TABELA - 63
DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DOS EFEITOS DO PRODETUR BA (EM %)

	<i>PIB</i>	<i>Emprego</i>			<i>PIB</i>	<i>Emprego</i>
<u>Cenário 1A</u>				<u>Cenário 3A</u>		
Pólo BTS	151.63	105.43		Pólo BTS	320.83	117.90
Resto da Bahia	3.22	1.75		Resto da Bahia	-1.53	0.14
Resto do Brasil	-54.86	-7.18		Resto do Brasil	-219.29	-18.05
Brasil	100.00	100.00		Brasil	100.00	100.00
<u>Cenário 1B</u>				<u>Cenário 3B</u>		
Pólo BTS	72.70	79.60		Pólo BTS	81.16	82.62
Resto da Bahia	4.42	3.31		Resto da Bahia	3.75	2.53
Resto do Brasil	22.88	17.09		Resto do Brasil	15.09	14.85
Brasil	100.00	100.00		Brasil	100.00	100.00
<u>Cenário 2A</u>				<u>Cenário 4A</u>		
Pólo BTS	304.92	117.25		Pólo BTS	315.64	117.55
Resto da Bahia	-1.11	0.22		Resto da Bahia	-1.45	0.16
Resto do Brasil	-203.82	-17.47		Resto do Brasil	-214.20	-17.71
Brasil	100.00	100.00		Brasil	100.00	100.00
<u>Cenário 2B</u>				<u>Cenário 4B</u>		
Pólo BTS	80.82	82.51		Pólo BTS	81.31	82.65
Resto da Bahia	3.78	2.56		Resto da Bahia	3.74	2.53
Resto do Brasil	15.41	14.93		Resto do Brasil	14.95	14.83
Brasil	100.00	100.00		Brasil	100.00	100.00

PIB = VP dos fluxos marginais; Emprego = média anual de EHA.

Efeitos sobre atividades características do turismo (ACT)

Esta seção apresenta resultados dos efeitos do Prodetur no polo BTS sobre atividades características do turismo (ACT). Não existe, no Brasil, estimativas oficiais de Contas-Satélite do Turismo. Em um estudo recente, fruto de acordo de cooperação técnica entre o IBGE, o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur, foram apresentadas informações relacionadas ao turismo no país, com base nas estatísticas sobre a produção (oferta) de bens e serviços, os gastos (demanda) das famílias, e as características da mão de obra ocupada (emprego) desse setor. Para tal, foram consolidados os resultados de pesquisas econômicas e domiciliares regularmente produzidas pelo IBGE, como a Pesquisa Anual de Serviços – tanto o levantamento básico quanto o Suplemento Produtos e Serviços – a Pesquisa de Orçamentos Familiares, e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, tendo como referencial o ano de 2009.

O nível de agregação setorial do ferramental utilizado em nosso estudo não permite que se afirmem resultados para as ACTs de maneira tão detalhada como no referido estudo do IBGE. Todavia, podemos avaliar os efeitos regionais sobre ACTs no polo em estudo a partir de uma primeira aproximação da decomposição dos resultados agregados. A estratégia é: (i) identificar os setores responsáveis pela produção dos bens e serviços associados aos gastos dos turistas (Compras Pessoais, Transporte Local, Hospedagem, Alimentação, Passeios e Atrações Turísticas, Diversão Noturna, Outros); e (ii) analisar os efeitos sobre esse grupo de setores.

Com informações sobre as matrizes de produção regionais, os setores do modelo associados a ACTs são: comércio, transporte, serviços de alojamento e alimentação, e

serviços domésticos. Apresentaremos, a seguir, os efeitos sobre o PIB, massa salarial e empregos das ACTs. Consideraremos apenas o período 2013-2027, quando os efeitos do Prodetur BA sobre o turismo são incluídos nas premissas dos cenários.

A Tabela 64 apresenta as estimativas dos fluxos marginais para as variáveis selecionadas para os quatro cenários, considerando os dois fechamentos alternativos. A partir das informações contidas na Tabela 63, podemos avaliar a importância relativa dos setores selecionados, fortemente relacionados às ACTs, nos resultados do Prodetur BA. As tabelas abaixo identificam a participação das ACTs nos resultados agregados. Esta participação refere-se às participações dessas atividades no valor presente dos fluxos marginais (PIB e massa salarial) e no emprego médio do período 2018-2027 (em EHA)

Os resultados apontam para uma participação das ACTs – em todas as variáveis – sempre superior a 95% dos efeitos totais no polo BTS. O papel preponderante das ACTs nos efeitos totais sugere também a existência de um núcleo duro dentro da cadeia produtiva do turismo na região, em que se caracterizam aspectos de APLs potencialmente exploráveis.

Outro ponto a ser destacado refere-se às magnitudes relativas das participações das ACTs nas variáveis analisadas (Tabela 65). Olhando para os resultados da coluna **“2018-2027”**, evidencia-se que as ACTs tendem a internalizar uma menor fração do valor adicionado regional e da massa salarial, potencializando, por outro lado, a absorção de mão de obra na região. Em outras palavras, as ACTs caracterizar-se-iam, em termos relativos, por atividades de baixo valor agregado para as regiões, com alto potencial de geração de empregos com remuneração média mais baixa.

TABELA - 64

PROJEÇÃO DOS EFEITOS MARGINAIS DO PRODETUR BA SOBRE ACTS NO POLO BTS, 2018-2027

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<u>Cenário 1A</u>										
PIB (BRL M 2007)	1	2	3	4	5	5	6	6	6	7
Massa salarial (BRL M 2007)	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4
EHA	289	606	953	1,330	1,741	2,187	2,672	3,196	3,764	4,379
<u>Cenário 1B</u>										
PIB (BRL M 2007)	1	2	3	4	5	5	6	6	6	7
Massa salarial (BRL M 2007)	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4
EHA	290	607	954	1,332	1,743	2,190	2,675	3,201	3,770	4,385
<u>Cenário 2A</u>										
PIB (BRL M 2007)	7	13	18	22	26	29	32	34	36	38
Massa salarial (BRL M 2007)	4	8	11	13	16	18	19	21	22	23
EHA	1,615	3,392	5,341	7,474	9,801	12,339	15,101	18,101	21,357	24,887
<u>Cenário 2B</u>										
PIB (BRL M 2007)	7	13	18	22	26	29	32	34	36	38
Massa salarial (BRL M 2007)	4	8	11	14	16	18	19	21	22	23
EHA	1,617	3,397	5,349	7,485	9,817	12,359	15,125	18,130	21,391	24,926
<u>Cenário 3A</u>										
PIB (BRL M 2007)	8	15	21	26	31	34	38	40	43	44
Massa salarial (BRL M 2007)	5	9	13	16	19	21	23	24	26	27
EHA	1,889	3,971	6,257	8,762	11,498	14,485	17,739	21,278	25,121	29,292
<u>Cenário 3B</u>										
PIB (BRL M 2007)	8	15	21	26	31	35	38	40	43	44
Massa salarial (BRL M 2007)	5	9	13	16	19	21	23	24	26	27
EHA	1,892	3,977	6,267	8,775	11,516	14,508	17,767	21,311	25,161	29,338
<u>Cenário 4A</u>										
PIB (BRL M 2007)	9	16	22	28	33	37	41	44	47	50
Massa salarial (BRL M 2007)	5	10	14	17	20	22	25	27	29	30
EHA	2,131	4,299	6,702	9,366	12,318	15,597	19,247	23,322	27,894	33,053
<u>Cenário 4B</u>										
PIB (BRL M 2007)	9	16	22	28	33	37	41	44	47	50
Massa salarial (BRL M 2007)	5	10	14	17	20	22	25	27	29	30
EHA	2,134	4,306	6,713	9,380	12,337	15,621	19,277	23,359	27,938	33,105

TABELA 65

PARTICIPAÇÃO DAS ACTS NOS EFEITOS LOCAIS DO PRODETUR BA, 2018-2027

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2018-2020
Cenário 1A											
PIB (BRL M 2007)	0.472	0.421	0.376	0.336	0.300	0.268	0.239	0.214	0.191	0.170	0.199
Massa salarial (BRL M 2007)	0.482	0.430	0.384	0.343	0.306	0.273	0.244	0.218	0.195	0.174	0.203
EHA	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.982	0.655
Cenário 1B											
PIB (BRL M 2007)	0.463	0.414	0.369	0.330	0.295	0.263	0.235	0.210	0.187	0.167	0.196
Massa salarial (BRL M 2007)	0.476	0.425	0.380	0.339	0.303	0.270	0.241	0.216	0.192	0.172	0.201
EHA	0.978	0.978	0.978	0.979	0.979	0.979	0.979	0.979	0.979	0.979	0.652
Cenário 2A											
PIB (BRL M 2007)	0.474	0.423	0.378	0.337	0.301	0.269	0.240	0.214	0.191	0.171	0.200
Massa salarial (BRL M 2007)	0.483	0.431	0.385	0.344	0.307	0.274	0.245	0.218	0.195	0.174	0.204
EHA	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.655
Cenário 2B											
PIB (BRL M 2007)	0.464	0.414	0.370	0.330	0.295	0.263	0.235	0.210	0.187	0.167	0.196
Massa salarial (BRL M 2007)	0.477	0.426	0.380	0.339	0.303	0.271	0.242	0.216	0.193	0.172	0.201
EHA	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.634
Cenário 3A											
PIB (BRL M 2007)	0.474	0.423	0.378	0.337	0.301	0.269	0.240	0.214	0.191	0.171	0.200
Massa salarial (BRL M 2007)	0.483	0.431	0.385	0.344	0.307	0.274	0.245	0.218	0.195	0.174	0.204
EHA	0.983	0.983	0.983	0.983	0.984	0.984	0.984	0.984	0.984	0.984	0.656
Cenário 3B											
PIB (BRL M 2007)	0.464	0.414	0.370	0.330	0.295	0.263	0.235	0.210	0.187	0.167	0.196
Massa salarial (BRL M 2007)	0.477	0.426	0.380	0.339	0.303	0.271	0.242	0.216	0.193	0.172	0.201
EHA	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.634
Cenário 4A											
PIB (BRL M 2007)	0.474	0.423	0.378	0.337	0.301	0.269	0.240	0.214	0.191	0.171	0.200
Massa salarial (BRL M 2007)	0.483	0.431	0.385	0.344	0.307	0.274	0.245	0.218	0.195	0.174	0.204
EHA	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.983	0.984	0.984	0.984	0.655
Cenário 4B											
PIB (BRL M 2007)	0.464	0.414	0.370	0.330	0.295	0.263	0.235	0.210	0.187	0.167	0.196
Massa salarial (BRL M 2007)	0.477	0.426	0.380	0.339	0.303	0.271	0.242	0.216	0.193	0.172	0.201
EHA	0.951	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.952	0.634

Impactos Qualitativos

Nesse item são apresentados os possíveis impactos qualitativos decorrentes de um desenvolvimento turístico. A análise foi elaborada através de pesquisa em literatura especializada¹⁵ e avaliação de campo nos destinos em estágio de ciclo de vida turístico mais adiantado. São desdobramentos já evidenciados em outras localidades, ao longo do processo de desenvolvimento turístico, adaptados ao tipo de turismo pretendido para a área da Baía de Todos-os-Santos e às suas características socioambientais.

Em um primeiro momento, são apresentadas as possíveis características qualitativas do fluxo, considerando os desdobramentos das estratégias de desenvolvimento. Pelas diferenças na motivação principal da viagem e nas características da área, os impactos esperados também são levemente distintos. Localidades que no atual momento estão em estágios iniciais do ciclo de vida são mais propensas a determinados gêneros de impactos, como salientado abaixo. Um fluxo continuamente crescente, entretanto, é esperado na Baía de Todos-os-Santos.

Com base nas considerações feitas e avaliações qualitativas do turismo, em um segundo instante são apontadas possíveis consequências negativas das atividades previstas, caso não sejam tomadas ações mitigadoras. Também são avaliados os

¹⁵ Archer, B. and Cooper, C. The Positive and Negative Impacts of Tourism (1994), *Global Tourism: The Next Decade* (ed. W.Theobald), Butterworth-Heinemann, Oxford
 Pearce, P.L. Tourist-resident Impacts: Examples, Explanations and Emerging Solutions (1994), *Global Tourism: The Next Decade* (ed. W.Theobald), Butterworth-Heinemann, Oxford
 Ashley, C., Roe, D. and Goodwin, H. *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor* (2001), Overseas Development Institute, Nottingham

possíveis impactos qualitativos positivos que estão previstos. A partir dessas premissas, espera-se demonstrar a necessidade das ações adiante mencionadas para o desenvolvimento e a sustentabilidade da atividade turística na BTS.

Conforme apresentado na estratégia turística para a Baía de Todos-os-Santos propõe-se o desenvolvimento prioritário de dois segmentos: o histórico-cultural e o náutico. Os investimentos previstos no Prodetur Nacional e a promoção e divulgação do destino, advinda dos megaeventos esportivos como a Copa do Mundo de 2014, permitem projetar um futuro promissor para o desenvolvimento do turismo náutico na BTS.

É previsto um incremento na navegação independente (realizada por particulares, através de escunas, lanchas, veleiros, catamarãs, etc.) pela baía. Este fluxo hidroviário é caracterizado pela flexibilidade de atracação, pela dispersão e pela dificuldade de controle. As águas e ilhas da Baía de Todos-os-Santos deverão receber um fluxo crescente de visitantes, e a interação desses com a vida marinha e com as áreas costeiras pode, caso não se tomem os devidos cuidados, causar impactos negativos à biodiversidade.

Espera-se ainda que o turismo histórico-cultural, motivado pelo importante acervo arquitetônico e pela diversidade e autenticidade das manifestações culturais, gere um considerável fluxo de visitantes estrangeiros e de outros estados. Os turistas deverão chegar aos municípios do Recôncavo e às ilhas, principalmente através da malha rodoviária existente ou através de via náutica.

Esse segmento de visitantes apresenta interesse mais acentuado pela interação com as comunidades tradicionais dos municípios e distritos do Recôncavo e das ilhas, atualmente desabitadas ao contato intenso e constante com pessoas de fora da comunidade. A realidade de partes dessas localidades, como demonstrado anteriormente, é de depressão socioeconômica e consequente baixa da autoestima. Em certo ponto, a grande ociosidade da mão de obra local pode se refletir em uma busca de oportunidades através do turismo. Já a pouca estruturação da cadeia produtiva local, por sua vez, pode limitar o repasse das receitas e dos benefícios à comunidade, resultando em “vazamentos¹⁶” para fora da região.

As consequências do crescimento turístico em Salvador seguem um caminho semelhante no que se refere à preocupação com a biodiversidade; entretanto, pelo seu grau de antropização, não parece haver nenhum agravante considerável com o desenvolvimento da atividade turística.

Em linhas gerais, a sociedade anfitriã está normalmente sujeita a uma série de possíveis consequências negativas, oriundas da atividade turística. Se não houver um adequado planejamento, coordenando iniciativas de mitigação e/ou fomento, o turismo pode resultar nos seguintes impactos negativos:

Impactos socioeconômicos – Aumento da prostituição; aumento do consumo e do tráfico de drogas; gentrificação; exclusão do processo de desenvolvimento por dificuldade de adaptação; segregação social em relação aos indivíduos não inseridos no processo; aculturação; agressividade ou estranhamento perante os visitantes; diminuição do orgulho, dignidade e autoestima local; proibição do acesso de moradores locais às áreas turísticas por

¹⁶ Vazamento é um termo normalmente utilizado em planejamento econômico, quando se identifica que grande parte dos gastos indiretos não fica na região onde houve o gasto direto. Essa característica diminui o efeito multiplicador dos gastos e, consequentemente, os benefícios gerados para a comunidade.

empreendedores; assédio excessivo aos turistas; importação de padrões de consumo não alcançáveis pela maior parte da sociedade local; pasteurização e criação de arremedos de manifestações culturais e artísticas; preconceito ou formação de estereótipos contra grupos (nacionalidades, estados de origem, etc.); encarecimento dos preços em geral; “vazamentos” da receita turística; importação de mão de obra (construção, gerencial e operacional); aumento da criminalidade; exclusão dos grupos locais do controle dos empreendimentos turísticos.

Impactos ambientais – ocupação irregular ou desordenada em áreas sensíveis (construção de equipamentos turísticos e moradias); uso irregular ou desordenado de áreas sensíveis (atividades turísticas); degradação paisagística; desmatamentos; captura e comercialização de animais silvestres; poluição de solo e rios por resíduos sólidos dispostos inadequadamente; poluição de rios, mangues, lagoas e praias por esgoto sanitário despejado irregularmente, assoreamento de rios por destruição de matas ciliares para fins turísticos.

Dentre os impactos positivos advindos da atividade turística, que se fortalecem com os objetivos do Prodetur, os mais visíveis e almejados pela ação governamental são o aumento do emprego e renda para moradores das regiões beneficiadas.

Entretanto, a viabilização de oportunidades de trabalho, fruto da oferta de empregos ou da implementação de empreendimentos pela população local, são apenas alguns dos benefícios mais diretos.

A atividade turística cumpre um importante papel educativo, valorizando aspectos culturais e ambientais para a região abordada. Esse impacto positivo advém da percepção gerada nas sociedades anfitriãs a respeito da riqueza e peculiaridade inerentes às suas tradições, valores, manifestações e meio ambiente. Advém, ainda, da constatação da necessidade de conservação desse patrimônio (cultural e natural) para manutenção da atividade turística. Sob esse enfoque, o turismo oferece uma excelente ferramenta de resgate de tradições culturais e preservação ambiental, dado o uso econômico eminentemente não degradante que pode fazer desses recursos.

A integração entre a atividade turística e a produção cultural, por sua vez, permite a ampliação do leque de atividades oferecidas aos turistas. Essa característica diferencia e agrega valor ao produto turístico. Ao mesmo tempo, permite a ampliação do mercado consumidor desses produtos culturais (somando ao público local uma parcela significativa de turistas), permitindo maiores oportunidades para produtores de bens culturais.

Também é relevante apontar para os benefícios representados pela ampliação da infraestrutura pública nos locais de visitação turística, urbanização e sistemas de transporte, dentre outros, que causam melhoria imediata na qualidade de vida da comunidade receptora, principalmente em relação à saúde pública. Esse benefício, cujo resultado implica principalmente em maior expectativa de vida, é um impacto positivo indireto extremamente desejado.

Finalmente, vale ressaltar que o efeito multiplicador proveniente dos gastos turísticos permite o aparecimento de um elemento de dinamismo econômico em regiões atualmente deprimidas e sem perspectivas viáveis de superação dessa situação no curto e médio prazo. Sob essa perspectiva, o turismo surge como um indutor de promoção socioeconômica, mesmo que ele, em si, não supra os déficits de oportunidades existentes.

O desenvolvimento da atividade turística é passível de gerenciamento e controle por órgãos governamentais. Desta forma, é papel do Estado regular esse desenvolvimento de maneira a evitar as consequências negativas e a estimular a extensão dos benefícios à comunidade.

Os dados apresentados permitem identificar as principais deficiências percebidas através do diagnóstico na área de planejamento, deficiências essas relativas ao setor privado e ao setor público, tanto em nível local como estadual. Através de ações coordenadas, espera-se implantar um modelo de desenvolvimento sustentável no turismo.

Conclusão

A atividade turística deverá crescer ao longo dos próximos anos, fruto da maior propensão mundial e nacional às viagens e dos esforços dos atores do setor público e privado envolvidos com o turismo na Bahia. O crescimento mais substancial deverá ser na receita turística, através da priorização de segmentos de mercado com maior propensão a gasto, da diferenciação e da maior diversidade na oferta de produtos turísticos.

As estratégias de desenvolvimento abordam claramente a necessidade de diversificação da ocupação dos espaços turísticos. Essa iniciativa irá colaborar para a distribuição do fluxo, receita, renda e empregos nessa importante área do Estado da Bahia, trazendo benefícios e melhoria da qualidade de vida para uma maior parcela da população.

O aumento e a maior distribuição do fluxo turístico, entretanto, geram desafios na gestão da atividade, exigindo ações coordenadas específicas para aumentar a integração da comunidade no processo, para melhorar a distribuição dos benefícios e para minimizar os impactos negativos nos âmbitos social, econômico e ambiental. Assim, o planejamento do turismo é uma etapa necessária e essencial, mas, ao propor ações de médio e longo prazo, deve ser acompanhado de um esforço contínuo e participativo de gestão e monitoramento.

5.4 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA

5.4.1 Atrativos turísticos por município

A diversidade histórica, cultural e natural pode ser encontrada em todos os municípios da Baía de Todos-os-Santos. Cenários constituídos por atrativos que incluem praias exóticas, cachoeiras, igrejas, ruínas, folclore, culinária ímpar, paisagens, tudo concentrado numa mesma região. Esses recursos, associados às excelentes condições náuticas, traduzem a grande potencialidade de desenvolvimento do turismo náutico num ambiente que possibilita uma experiência singular e, portanto, especial.

A partir dos estudos realizados sobre a região, e de informações levantadas nos grupos focais, foram identificados os principais atrativos histórico-culturais e belezas naturais que se constituem em atrações do Polo Baía de Todos-os-Santos.

A seguir são indicados esses atrativos, localizando-os por municípios:

a) Aratuípe

Elevada à condição de cidade em 1891, Aratuípe está localizada na Baía de Todos-os-Santos, entre os municípios de Nazaré e Santo Antônio de Jesus. É em Aratuípe que se encontra o distrito de Maragogipinho, berço da cerâmica baiana. O município é responsável por uma parcela representativa da produção de artesanato do Estado, com peças tradicionais de barro, como cestos entrelaçados preenchidos com pequenas contas, conchas, pedras ou feijões, além de talhas, porrões, moringas, louças diversas e objetos de decoração feitos em tornos manuais e assados no forno, também artesanal. Aratuípe mantém viva a tradição de confeccionar peças em barro, que apresentam em sua forma nítidas influências indígena e portuguesa.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Povoado de Maragogipinho
 - Engenho de Baixo
- Manifestações culturais
 - Cordel
 - Maculelê
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Rural
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em cerâmica e caxixis (Maragogipinho)

b) Cachoeira

Cachoeira possui o segundo maior acervo arquitetônico em estilo barroco do Estado. Foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan, na década de 1970, sendo, a partir daí, considerada “Cidade Monumento Nacional”. A cidade possui nos seus arredores importantes monumentos, como o Convento dos Franciscanos de Santo Antônio do Paraguaçu e a Vila de Belém, onde se localiza a Igreja de Nossa Senhora de Belém. Cachoeira recebe a cada ano uma quantidade crescente de turistas estrangeiros, sobretudo norte-americanos, em sua maioria afrodescendentes, que têm como finalidade conhecer a Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte, cujos festejos acontecem no período de 09 a 12 de agosto.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Data Magna da Cidade
 - Conjunto da Ordem Terceira do Carmo
 - Fundação e Museu Hansen Bahia
 - Ponte Dom Pedro II
 - Convento de Santo Antônio do Paraguaçu
 - Sítios arqueológicos
- Naturais
 - Rio Paraguaçu
 - Lagamar do Iguape
 - Lago de Pedra do Cavalo
- Manifestações culturais
 - Festa de São João - junho

- Festa de Nossa Senhora da Boa Morte - agosto
- Festa da Nossa Senhora D'Ajuda - novembro
- Candomblé de Cachoeira
- Filarmônicas de Cachoeira
- Comunidades Quilombolas
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnico-afro
 - Turismo Religioso
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esportivo e de Aventura
 - Turismo Arqueológico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em madeira, tecido, couro e cerâmica
 - Bordados
 - Culinária Regional

c) Candeias

Dentre os atrativos culturais, destaque para as construções seculares, palco de fé e religiosidade, como a Igreja Matriz de Nossa Senhora das Candeias, o Engenho Freguesia e a própria Fonte Milagrosa de Nossa Senhora das Candeias. Um verdadeiro deleite para os fãs do turismo histórico e religioso. A festa religiosa de Nossa Senhora das Candeias, que tem seu ponto alto no dia 2 de fevereiro, atrai milhares de fiéis e foliões, todos os anos, em uma mistura de sagrado e profano, regada a muita alegria e animação. Os festejos são também famosos na micareta local, ao som dos trios elétricos.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Igreja Matriz de Nossa Senhora das Candeias
 - Engenho Freguesia (Museu Wanderley de Pinho)
 - Igreja de Nossa Senhora da Encarnação de Passé
 - Engenho Matoim (sobrados e construções anexas)
 - Dois sítios arqueológicos
- Naturais
 - Fonte Milagrosa de Nossa Senhora das Candeias
 - Caboto
- Manifestações culturais
 - Lavagem da Igreja de Nossa Senhora das Candeias - 24/01 a 29/02
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Religioso
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em cerâmica
 - Culinária Regional
 - Aguardente
 - Farinha

d) Itaparica

Itaparica é o único município à beira-mar que dispõe de água mineral com propriedades medicinais. Além disso, possui em sua sede alguns prédios de

arquitetura militar e religiosa, como o Forte de São Lourenço e a Igreja Matriz do Santíssimo Sacramento.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Fonte da Bica
 - Centro Histórico
 - Sítios arqueológicos (sambaqui, armação, ruínas)
- Naturais
 - Praia de Ponta de Areia
 - Praia do Forte e do Boulevard
 - Praia da Ponta do Mocambo ou Praia dos Namorados
 - Praia de Amoreiras
 - Porto Santo
 - Ilha do Medo (estação ecológica)
- Manifestações culturais
 - Artesanato de Itaparica
 - Festa da Independência - 07/01
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo de Negócios
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em concha
 - Culinária Regional (frutos do mar)

e) Jaguaripe

O atrativo principal do município é o Centro Histórico da cidade, formado por edificações dos séculos XVII e XVIII, como a Casa de Câmara e Cadeia, onde funcionava a Prisão do Sal – cadeia pública que funcionava em espaço subterrâneo, que era alagado pelas cheias do Rio Jaguaripe. O município possui também belas praias, como as de Mutá, Cações e a Ponta do Garcez, esta última interligada por túneis subterrâneos onde os religiosos se abrigavam dos ataques dos índios.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Casa de Câmara e Cadeira (Prisão do Sal)
 - Igreja D'Ajuda
 - Sítios arqueológicos
 - Santidade de Jaguaripe
- Naturais
 - Ponta do Garcez
 - Praia de Mutá
 - Praia de Cações
 - Camaçandi
 - Ilha D'Ajuda
 - Manguezais de Jaguaripe
 - Rio Jaguaripe
 - Rio da Dona
 - Cachoeira do Rio Tiriri
 - Cachoeira da Pancada Alta

- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Étnico-indígena
 - Turismo Arqueológico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato (miniaturas de saveiros)
 - Culinária Regional (frutos do mar)

f) Madre de Deus

Composta pelas ilhas de Maria Guarda, Vacas e Coroa do Capeta, Madre de Deus encanta pela diversidade de belezas naturais, com seus ricos ecossistemas de Mata Atlântica, manguezais e restingas. O casario arquitetônico do século XIX mantém-se preservado ao longo das ruas e nas edificações. O artesanato da região são trabalhos feitos em madeira, conchas de moluscos, tapeçarias, renda de bilro e miniaturas de barcos típicos. A culinária típica, baseada em moquecas de siri-mole, camarão, lagosta, sambá e peguari (molusco) e caldo de sururu, são convites à boa degustação e um presente ao paladar.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Igreja Matriz de N. S. de Madre de Deus
- Naturais
 - Ilha de Maria Guarda, Ilha das Vacas
 - Praia da Costa, Cação e da Ponta do Suape
 - Coroa do Capeta
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em madeira e conchas
 - Miniaturas de barcos típicos
 - Tapeçaria
 - Renda de Bilro
 - Culinária Regional (frutos do mar)

g) Maragojipe

Maragojipe possui uma arquitetura colonial significativa e ainda abriga os tradicionais canoas e saveiros (um dos últimos esconderijos dessas antigas embarcações a vela) que foram usados como transporte de variadas mercadorias no Recôncavo. O município oferece, também, atrativos naturais como a Cachoeira do Urubu e a Cascata do Guimarães, além de unir uma forte tradição católica trazida pelos colonizadores portugueses, com a resistência do candomblé, herdada dos negros africanos.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Centro Histórico
 - Alto do Cruzeiro
- Naturais
 - Ponta do Souza

- Praia do Pina
- Lagamar e Baixo Paraguaçu
- Praia de Coqueiros
- Regata Aratu-Maragogipe
- Manifestações culturais
 - Candomblé de Maragogipe
 - Filarmônicas de Maragogipe
 - Carnaval dos Mascarados de Maragogipe
 - Festa de São Bartolomeu – agosto
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Étnico-afro
 - Turismo Arqueológico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em cerâmica
 - Máscaras carnavalescas
 - Culinária Regional (frutos do mar)

h) Muniz Ferreira

A cidade de Muniz Ferreira está localizada às margens do Rio Jaguaripe e da BA-028, entre as cidades de Nazaré e Santo Antônio de Jesus. O Rio Jaguaripe acompanha a estrada, formando uma bela paisagem de pastos. A cidade começou na antiga fazenda Paracoara, pertencente ao Barão de Taitinga. A fazenda, localizada às margens do Rio Jaguaripe e com área aproximada de 2.500 tarefas (1.089 ha), possuía um engenho de cana de açúcar e também cultivava mandioca, banana e dendê, dentre outras atividades agrícolas. Sua sede serviu como ponto de parada para os trens da estrada de ferro até que fosse construída a estação ferroviária. Com a construção da estação, em 1880, o Barão de Taitinga doou terras para plantio de lavouras no entorno da estação, surgindo daí as primeiras casas e a primeira rua, que foi o caminho da estação.

Atrativos do Município:

- Segmentos Turísticos
 - Turismo Náutico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em cerâmica
 - Máscaras carnavalescas
 - Culinária Regional (frutos do mar)

i) Muritiba

Subindo a serra de São Félix, através das ruas íngremes e cheias de curvas, é possível ver bem do alto a paisagem do Rio Paraguaçu e de Pedra do Cavalo. O caminho leva até a cidade de Muritiba, município famoso pela tradicional Festa do Senhor do Bonfim. Fundada em 1919, Muritiba surgiu com a vinda de exploradores e jesuítas, que atingiram a região próxima a Cachoeira e São Félix, escalando a serra, onde construíram um templo e um convento. Os moradores da cidade participaram ativamente das lutas pela independência da Bahia, como o Major José Antônio da Silva Castro, avô do poeta Castro Alves. O major comandava o Batalhão dos Periquitos, formado por 700 homens, dentre eles um rapaz valente que se descobriu depois ser mulher: o nome dela era Maria Quitéria. Em 1859, enquanto ainda era uma vila de Cachoeira, o local recebeu o Imperador D. Pedro II, que se hospedou ali e

bebeu um copo de água da Fonte dos Padres, antiga principal fonte de abastecimento da cidade.

Atrativos do Município:

- Manifestações culturais
 - Samba (bataque, chula, corrido, de coco, de lata e de roda)
 - Capoeira
 - Grupo folclórico Filhos do Paraguai
 - Grupo folclórico Segura-Véia
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnico-afro
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato diverso

j) Nazaré

Nazaré faz com que a sua produção de cerâmica seja utilizada como produto turístico efetivo do Estado, tendo como ponto culminante a mais antiga feira de artesanato realizada durante a Semana Santa, levando ao município visitantes das regiões circunvizinhas, bem como da capital e de fora do Estado.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Cine Rio Branco
 - Centro Histórico
 - Estação de Trem e Locomotiva
 - Fazenda Senhor do Bonfim
- Naturais
 - Rio Jaguaripe
 - Cachoeira do Roncador
 - Morro do Silêncio
- Manifestações culturais
 - Capoeira de Nazaré
 - Festa de São Roque
 - Feira dos Caxixis
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Rural
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em cerâmica
 - Cestaria

k) Salinas da Margarida

A figura das “mariscadeiras”, mulheres que catam mariscos para sobreviver, geralmente acompanhadas por crianças, é o que mais chama atenção nessa cidade, que recebeu seu nome graças à extração de sal em terras de uma senhora chamada Margarida. Mariscos e camarões são abundantes na região, sendo a mariscada o prato típico da culinária de Salinas. A cidade também é famosa pelo artesanato com conchas e búzios. Município criado em 1962, a partir do desmembramento de territórios da ilha de Itaparica e parte da cidade de Maragogipe, o município encanta pela beleza de suas praias de águas calmas, nas ilhas que o circundam, além de forte potencial para a pesca e prática de esportes náuticos.

Atrativos do Município:

- Naturais
 - Barra do Paraguaçu
 - Ponta do Dourado
 - Praia da Ponte
 - Praia Grande
 - Praia do Amor
 - Praia do Maia
- Manifestações culturais
 - Artesanato
 - Gastronomia
- Acontecimentos Programados
 - Festival do Marisco
 - Regata de Veleiros Salvador-Salinas
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Cultural
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em concha
 - Culinária Regional (frutos do mar)

I) Salvador

Salvador é conhecida como a “capital cultural do país”, berço de grandes nomes do cenário artístico, com destaque mundial. As ruas do Centro Histórico transportam o turista aos primórdios da história do Brasil. Durante as visitas ao local, pode-se aprender, com a ajuda de guias, como se desenvolveu a colonização da primeira cidade do país. Até 1763, Salvador sediou a capital da Coroa portuguesa nas Américas, sendo que alguns monumentos construídos nesse período continuam preservados, o que torna o patrimônio arquitetônico dessa cidade muito valorizado. No Pelourinho, existem mais de 800 casarões que datam dos séculos XVII e XVIII.

Diversas igrejas e museus completam a estrutura deste bairro, que, no passado, era ponto usado para o castigo de escravos. A cidade destaca-se historicamente também por ter sido o principal porto do hemisfério sul até o século XVIII. A natureza foi generosa nos 50 km de costa que Salvador possui, onde as belezas naturais são tão vastas quanto a grande extensão do seu litoral. Com tantas praias fica fácil explicar por que a cidade é tão procurada pelos amantes de esportes aquáticos.

Em Salvador, os mergulhadores encontram espaço ideal para a prática do esporte. Além de belezas naturais submarinas, a BTS tem o maior número de naufrágios registrados no Brasil. Algumas ruínas de antigos navios estão a poucos metros da praia, acessíveis para iniciantes em mergulho. Quem prefere emoções mais fortes, pode visitar navios pouco explorados, situados em águas profundas, ainda na Baía de Todos-os-Santos. As águas alcançam, em média, 26°C. Nos passeios à beira-mar, se podem ver pessoas praticando *windsurf*, *kitesurf*, além do próprio surfe, que tem campo propício em quase todas as praias da capital. Outros tipos de esporte também são incentivados na cidade, como o *sandboard*, que encontra nas dunas espaço adequado.

As reservas ecológicas de Pituaçu e São Bartolomeu, em Pirajá, com, respectivamente, 425 e 1.550 ha, também enchem os olhos dos amantes da natureza. As riquezas da cidade podem ser vistas a cada esquina. Alegria, criatividade, musicalidade, riqueza folclórica e cultural são inerentes ao povo soteropolitano, que tirou da mistura de raças e costumes o seu principal tempero.

Atrativos do Município:

- **Histórico-cultural**
 - Centro Antigo de Salvador
 - Igreja do São Francisco
 - Igreja do Senhor do Bonfim
 - Forte de Santo Antônio da Barra
 - Mosteiro de São Bento
 - Elevador Lacerda
 - Museu Náutico
 - Museu Carlos Costa Pinto
- **Manifestações culturais**
 - Bom Jesus dos Navegantes - 01/01
 - Lavagem do Bonfim - 2ª quinta-feira de janeiro
 - Festa de Iemanjá - 02/02
 - Santa Bárbara - 04/12
 - N. S. da Conceição da Praia - 08/12
- **Segmentos Turísticos**
 - Sol e Praia
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnio-afro
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esporte e Aventura
 - Turismo de Negócios
- **Produção Associada ao Turismo**
 - Artesanato variado
 - Culinária afro-baiana
- **Ilha dos Frades**
 - Histórico-cultural
 - Igreja de Nossa Senhora do Loreto
 - Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe
 - Naturais
 - Parque Ecológico da Ilha dos Frades
 - Praia de Paramana, Viração, Tobar e da Costa
 - Santo Antônio
 - Ponta de Nossa Senhora
- **Ilha de Maré**
 - Naturais
 - Praia do Botelho
 - Praia das Neves / Oratório de Maré
 - Praia de Itamoabo
 - Praia de Santana
 - Praia Grande
 - Passa Cavalo
 - Manifestações culturais
 - Renda de bilro
 - Gastronomia (frutos do mar e doce de banana na palha)
 - Comunidade quilombola das Bananeiras

- **Ilha de Bom Jesus dos Passos**
 - Histórico-cultural
 - Solar do Duarte
 - Fonte da Rua
 - Fonte do Porrãozinho
 - Fonte Grande
 - Capela de N.S. da Conceição
 - Festa do Bom Jesus (11 de janeiro)
 - Terno de Reis
 - Naturais
 - Praia da Pontinha
 - Praia do Nordeste
 - Ponta do Padre

m) Santo Amaro

Cantada em verso e prosa pelos seus filhos ilustres, integrantes da família Veloso, faz com que os turistas que a visitam envolvam-se em uma curiosa nostalgia. Vale ressaltar a culinária típica representada pela maniçoba, prato do cardápio dos escravos africanos, feita com folhas de mandioca cozida com carnes bovinas e suínas, defumadas.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Museu do Recolhimento dos Humildes
 - Igreja de N. Senhora das Oliveiras
 - Centro Histórico
- Naturais
 - Cachoeira do Urubu (Mãe D'Água)
 - Cachoeira da Vitória
 - Cascatas de Zé Regadas e de Nana
 - Praia de Itapema
- Manifestações culturais
 - Teatro Dona Canô
 - Candomblé de Santo Amaro
 - Festa da Nossa Senhora da Purificação - 24/01 a 02/02
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnio-afro
 - Turismo Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato variado
 - Culinária afro-baiana

n) São Félix

São Félix tem como dote a estação ferroviária e o cais do Paraguaçu e é capaz de proporcionar ao turista curioso um atrativo bastante interessante, que é o de conhecer todas as etapas da confecção de um charuto, desde a plantação à embalagem e distribuição – já que é uma fabricação artesanal realizada exclusivamente por mulheres, na Fábrica de Charutos e Centro Cultural Dannemann.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural

- Fundação Hansen Bahia (Fazenda Santa Bárbara)
- Centro Histórico
- Solar dos Guinles
- Fundação Luís Ademar de Cultura
- Sítios arqueológicos
- Naturais
 - Mirante de São Félix /Muritiba
- Manifestações culturais
 - Filarmônica de São Félix
 - Santuário de Santa Bárbara
 - Candomblé de São Félix
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnico-afro
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato variado
 - Culinária do Recôncavo

o) São Francisco do Conde

O território de São Francisco do Conde abriga quatro ilhas, dentre elas a maior com 8 km de extensão - a Ilha de Cajaíba, que abriga um antigo engenho de açúcar e é dona de histórias perversas de seus antigos proprietários. O patrimônio arquitetônico é composto de casa grande, senzala, engenho e centenárias palmeiras imperiais.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Centro Histórico
 - Comunidades quilombolas
- Naturais
 - Ilha das Fontes
 - Ilha do Paty
 - Ilha de Cajaíba
 - Monte Recôncavo
 - Igreja de Nossa Senhora do Vencimento
 - Imperial Instituto Baiano de Agricultura
 - Casa e Capela do Engenho D'Água
- Manifestações culturais
 - Festejos de São João - 23 e 24/06
- Segmentos Turísticos
 - Turismo Cultural
 - Turismo Étnico-afro
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato variado
 - Culinária do Recôncavo

p) Saubara

A cidade encanta os visitantes com a diversidade de atividades que oferece, reunidas em praias de areias alvíssimas, falésias, áreas de manguezais e de Mata Atlântica,

com rios e cascatas, além de simpáticos vilarejos de veraneio. A freguesia de São Domingos de Saubara foi uma das primeiras aglomerações urbanas que deu origem ao município de Santo Amaro. Localizada no interior no Recôncavo Baiano, próxima à foz do Rio Paraguaçu, Saubara apresenta características paisagísticas diversificadas. O local é perfeito para passeios ecológicos e para a prática de esportes náuticos, como a canoagem. Nas praias, banhadas pelas águas tranquilas e mornas da Baía de Todos-os-Santos, os aventureiros arriscam manobras de *jet ski*, *windsurfe* e vela.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Igreja do Bom Jesus
 - Igreja Matriz de São Domingos de Gusmão
- Naturais
 - Praia de Cabuçu
 - Gruta dos Milagres
 - Bica de Bom Jesus
 - Cascata de Bom Jesus
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Náutico
 - Turismo de Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em renda
 - Culinária Regional

q) Simões Filho

O município de Simões Filho não é considerado turístico e, por isso, não integra a zona turística da Baía de Todos-os-Santos. No entanto, a localidade foi incluída no Plano Estratégico do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos, dada a sua importância para o desenvolvimento da náutica na região. Simões Filho integra a Baía de Aratu que, com seus 9,8 km² de águas navegáveis, além de oferecer abrigo seguro às embarcações, é também local ideal para competições náuticas e oferece um cenário de grande beleza. É do Aratu Iate Clube, por exemplo, que parte a Regata Aratu-Maragojipe, uma das principais provas brasileiras de projeção internacional. Originalmente parte do Recôncavo, a atual cidade de Simões Filho abrigou engenhos de cana de açúcar. Com a emancipação do distrito de Água Comprida, em 1961, o município ganhou o nome de Simões Filho para homenagear o jornalista Ernesto Simões Filho, fundador de um dos principais jornais baianos, o jornal *A Tarde*.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Sítios arqueológicos
- Naturais
 - Baía de Aratu
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Náutico
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em tecelagem e papel machê
 - Renda
 - Culinária (frutos do mar)

r) Vera Cruz

Vera Cruz possui 40 quilômetros de praias banhadas por águas mornas e protegidas por recifes, na costa leste, e um verdadeiro santuário ecológico na contracosta. O cenário é perfeito para quem gosta de curtir a natureza. Para os que procuram aventura, esportes náuticos e paraquedismo, a região parece ter sido feita sob medida. Mar Grande é o *point* mais frequentado pelos jovens, especialmente durante o verão, e oferece um grande número de hotéis, pousadas, bares e restaurantes típicos. A biodiversidade dos ecossistemas, como manguezais, restingas e Mata Atlântica, assim como a flora e a fauna marinha, tem despertado o interesse de especialistas das mais diversas áreas, resultando na criação de duas unidades de conservação municipais: o Parque Ecológico de Baiacu e a Área de Proteção Ambiental Recife das Pinaúnas.

Atrativos do Município:

- Histórico-cultural
 - Igreja do Bom Jesus
 - Igreja Matriz de São Domingos de Gusmão
 - Igreja de Nossa Senhora da Penha
 - Igreja de Nosso Senhor de Vera Cruz
- Naturais
 - Parque Ecológico de Baiacu
 - Área de Proteção Ambiental Recife das Pinaúnas
 - Praias de Gameleira, Mar Grande, Penha, Barra do Gil, Coroa, Barra do Pote, Conceição, Barra Grande, Tairu, Aratuba, Berlinque, Cacha-Prego
 - Barra Falsa
 - Rio do Sobrado
 - Fontes do Calado
 - Ilhas de Saraíba e do Cal
 - Santuário Ecológico da Contracosta - Ilha de Matarandiba
 - Manguezal
- Segmentos Turísticos
 - Sol e Praia
 - Turismo Náutico
 - Turismo Esporte e Aventura
- Produção Associada ao Turismo
 - Artesanato em concha
 - Culinária (frutos do mar)

5.4.2 Riqueza Cultural

Dentre outros atrativos, como já mencionados anteriormente, está a riqueza cultural da BTS, em grande medida resultante do processo histórico vivenciado pela região, desde os primórdios da Colônia, com todo o seu patrimônio material, tangível e intangível, traduzido nos bens móveis tombados, no samba de roda, no acarajé e no seu rico calendário de festas populares.

É sabido que a cultura, em seu significado mais amplo, é um requisito essencial do desenvolvimento. Por isso, importa a este trabalho, que tem como foco final a elaboração de estratégias, na medida em que é o diferencial entre os povos, lugares e as mais diversas formas de viver que permitirão à BTS atingir um alto grau de competitividade no mercado internacional. A cultura é, por assim dizer, elemento essencial ao turismo, e é objeto modificador e que se modifica pelo turista. A cultura

aguça a curiosidade humana, neste caso do turista, no sentido de conhecer outras formas de cotidiano.

Neste sentido, são também destacadas, a seguir, algumas das potencialidades culturais dos municípios da Baía de Todos-os-Santos, que podem ser encontradas, de uma maneira geral, em todos os municípios da região, sendo que, em alguns, encontram-se mais vivas e constituem-se em importantes elementos para a atração do turista náutico, no âmbito do território.

Digno de destaque de expressão artística, o “Samba de roda” do Recôncavo foi salvaguardado no dia 30 de setembro de 2004, como expressão musical, poética e coreográfica, Patrimônio Cultural do Brasil. No ano seguinte, em 25 de novembro de 2005, juntamente com outros 43 bens culturais provenientes de várias partes do mundo, foi proclamado pela Unesco Obra-Prima do Patrimônio Oral e Imaterial da Humanidade.

A hoje internacional “Capoeira” foi tombada como Patrimônio Cultural do Brasil, no dia 15 de julho de 2007, pelo Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan. O plano de preservação desse patrimônio prevê: um plano de previdência especial para os velhos mestres; o estabelecimento de um programa de incentivo dessa manifestação no mundo; a criação de um Centro Nacional de Referência da Capoeira, e o plano de manejo da biriba - madeira utilizada na fabricação do berimbau.

Ênfase especial merece o tombamento do Centro Antigo de Salvador, declarado Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, em 1985, pela Unesco. Como um dos principais atrativos de Salvador, o núcleo histórico, popularmente chamado de Pelourinho, integra um conjunto de bens de valor arquitetônico e histórico, que, por sua vez, guarda outros tantos bens intangíveis construídos ao longo do processo histórico de sua habitação. De acordo com o Escritório de Referência¹⁷, o Centro Antigo de Salvador é “um território urbano de valor simbólico, cultural, social e econômico, integrado à dinâmica moderna da cidade; bom para morar, trabalhar, frequentar e visitar; socialmente justo, ambientalmente sustentável, economicamente viável e culturalmente aceito.”

No que diz respeito ao calendário de festas populares, segundo o *web site* de turismo da Bahia, “toda a fé do baiano se manifesta no ciclo de festas populares, desde as comemorações dos orixás do candomblé, quando todos os terreiros da cidade batem seus tambores para seus filhos de santo dançarem, até as festas da religião católica, que ganham um cunho profano, com muito samba de roda e barracas que servem bebidas e comidas variadas”¹⁸.

Podemos citar ainda como patrimônio cultural os diversos terreiros de candomblé existentes na BTS, as colônias de pescadores, as festas do bumba-meu-boi, o maculelê, as heranças indígenas e a vasta e diversificada culinária baiana do Recôncavo, que é representada pelas moquecas de frutos do mar, pelo acarajé, o abará, o vatapá, o caruru e outras delícias encontradas na região, que representam a síntese das culinárias de origem africana, portuguesa e indígena.

¹⁷ O Escritório de Referência do Centro Antigo de Salvador é um espaço de conciliação de ações, propostas e programas, com o objetivo de elaborar e implantar um plano estratégico de gestão, com ações de curto, médio e longo prazo para o Pelourinho e seu entorno.

¹⁸ Disponível em www.bahia.com.br. Acessado em 06 de agosto de 2009.

5.4.3 Equipamentos e Serviços

Em relação à oferta de meios de hospedagem, Salvador, integrada ao polo Baía de Todos- os-Santos, concentra os maiores investimentos e detém a maioria dos leitos, 34.792 unidades, seguido de Vera Cruz, com 3.364 e Itaparica, com 647, conforme a Tabela 66 a seguir.

TABELA 66
OFERTA HOTELEIRA DA BTS

Destinos	MHs*	UHs**	Leitos
Cachoeira	11	138	325
Itaparica	17	271	647
Jaguaripe	10	117	384
Madre de Deus	9	133	313
Maragogipe	15	194	429
Nazaré	6	92	216
Salinas da Margarida	10	126	328
Salvador	408	15.215	34.792
Santo Amaro	9	161	435
São Félix	2	38	105
São Francisco do Conde	3	65	147
Saubara	15	246	613
Vera Cruz	89	1.452	3.364
TOTAL Geral	604	18.248	42.098

*MHs: Meios de Hospedagem - **UHs: Unidades Habitacionais

Fonte: Setur, censo hoteleiro de 2008 para Salvador e 2006 para demais municípios da Baía de Todos-os-Santos.

Considerando a oferta hoteleira apresentada para essa região, constata-se a esperada concentração ocorrida em Salvador, pelo seu porte de capital e terceira cidade brasileira em população.

5.4.4 Investimentos privados previstos

Atualmente na região existem 12 novos empreendimentos hoteleiros em implantação, totalizando 4.605 UHs e cerca de nove mil leitos. Com investimentos estimados em US\$ 919.022.000,00, esses empreendimentos devem gerar 5.096 empregos diretos, como indica a Tabela abaixo.

Cabe destacar que esses investimentos estavam previstos antes do Prodetur Nacional, o que significa dizer que, o anúncio dos investimentos públicos na região certamente otimizará a atração de novos empreendimentos privados, não só em hotelaria como também de empresas de bases de *charter* náutico, marinas e estações náuticas.

TABELA 67
INVESTIMENTOS PRIVADOS

Em 20.09.2011

Empreendimento	Localização	UHs	Investimento estimado (US\$)	Empregos diretos
Baía de Todos-os-Santos		4.605	919.022.000	5.096
Grande Hotel de Itaparica	Itaparica	83	10.000.000	120
Catussaba Inn	Salvador	232	25.000.000	300
Catussaba Suítes	Salvador	86	9.000.000	86
Hotel Hilton / Hotel do Comércio	Salvador	170	37.500.000	250
Porto Bello Armação	Armação / Salvador	380	50.000.000	200
Txai Hotel Salvador	Salvador	44	3.500.000	120
Ilha de Cajaíba (1ª etapa)	São Francisco do Conde	1.010	195.000.000	800
Ilha de Cajaíba (2ª etapa)	São Francisco do Conde	422	130.000.000	800
Ilha de Cajaíba (3ª etapa)	São Francisco do Conde	100	195.000.000	800
Ilha de Cajaíba (4ª etapa)	São Francisco do Conde	618	130.000.000	800
Antigo Edifício Jornal A Tarde (Hotel Fasano)	Salvador	70	6.522.000	70
Matiz Salvador	Salvador	304	20.000.000	150
Hotel da Bahia	Salvador	295	12.500.000	200
Hangar Salvador	Salvador	467	55.000.000	200
Mercure Boulevard Salvador	Salvador	324	40.000.000	200

Fonte: Suinvest/SETUR

Os atrativos turísticos do polo Baía de Todos-os-Santos foram identificados e classificados segundo metodologia formulada especialmente para este fim. A base conceitual utilizada foi a da Embratur, em sua *Metodologia do Inventário da Oferta Turística*.

Inicialmente, serão apresentadas as informações sobre a metodologia que foi utilizada para o desenvolvimento das análises sobre os produtos e atrativos turísticos.

O estudo sobre os produtos e atrativos turísticos do polo inicia-se com uma análise sobre a **situação atual** dos atrativos turísticos. Serão apresentados os **atrativos efetivos**, separados por categoria e zona turística. Essa análise permite identificar as vocações turísticas de cada região, de acordo com a categoria turística predominante.

Também serão apresentados os principais atrativos e os municípios com maior destaque em cada categoria. Por fim, é feita uma breve análise sobre os produtos turísticos vendidos atualmente no polo Baía de Todos-os-Santos, tema mais profundamente tratado no Capítulo 3.9 – Qualidade da Oferta Turística.

Em seguida, é feita uma análise da **situação futura** dos produtos e atrativos turísticos no polo. Para tanto, segue-se a mesma estrutura utilizada para a situação atual, tendo como base os **atrativos potenciais**.

Como conclusão, há uma **análise conjunta da situação atual e futura**, dando uma visão mais completa acerca das vocações turísticas do polo Baía de Todos-os-Santos.

5.5 SITUAÇÃO ATUAL X SITUAÇÃO FUTURA

5.5.1 Marco Teórico

Segundo a Embratur, oferta turística engloba tudo o que o local de destino tem a oferecer aos turistas atuais e potenciais. Portanto, a oferta turística é representada pela gama de atrativos turísticos, assim como bens e serviços que provavelmente induzirão as pessoas a visitarem especificamente um país, região ou cidade. Por atrativo turístico entende-se todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo.

Os atrativos turísticos apresentam-se em cinco categorias:

- **Naturais:** Consistem em montanhas (picos / cumes, serras, montes / morros/colinas, etc.); planaltos e planícies (chapadas/tabuleiros, patamares, pedras tabulares, vales, rochedos, etc.); costas ou litoral (praias, restingas, mangues, baías/enseadas, sacos, cabos e pontas, falésias/barreiras, dunas, etc.); terras insulares (ilhas, arquipélagos, recifes/atol); hidrografia (rios, lagos/lagoas, praias fluviais / lacustres); pântanos; quedas d'água; fontes hidrominerais e/ou termais; parques e reservas de fauna e flora (nacional, estadual, municipal); grutas/cavernas/furnas; áreas de caça e pesca.
- **Histórico-culturais:** Esta categoria engloba monumentos (arquitetura civil, religiosa/funerária, industrial/agrícola, militar; ruínas; esculturas; pinturas; outros legados); sítios (históricos, arqueológicos e científicos); instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas, arquivos, institutos históricos e geográficos).
- **Manifestações e Usos Tradicionais e Populares:** Compõem-se de festas, comemorações e atividades (religiosas, populares e folclóricas, cívicas); gastronomia típica (salgados, doces, frutas, sucos, bebidas); artesanato; feiras e mercados.
- **Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas:** Exploração de minério; exploração agrícola e pastoril; exploração industrial; obras de arte e técnica; centros científicos e técnicos.
- **Acontecimentos Programados:** Congressos e convenções; feiras e exposições; realizações diversas (desportivas, artísticas/culturais, sociais/assistenciais, gastronômicas/de produtos, etc.).

A esses atrativos turísticos devemos agregar o uso que o turista faz dos mesmos, ou seja, as atividades turísticas. Efetivamente, para que aconteça o turismo é preciso que o consumidor – turista – realize determinadas atividades que são o objetivo de sua viagem, razão pela qual se torna necessário que lhe sejam prestados serviços turísticos. Esses só existem para que possam ocorrer as atividades turísticas.

Os equipamentos e instalações turísticas têm sua construção justificada somente naqueles locais privilegiados, cujas características especiais, convenientemente exploradas, possam gerar atividades turísticas. Isso equivale a dizer que o atrativo turístico é a matéria-prima da atividade turística.

Equipamentos e Serviços Turísticos representam o conjunto de edificações, de instalações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros serviços.

Infraestrutura de Apoio Turístico é o conjunto de obras e instalações de estrutura física da base, que cria condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, tal como: sistema de transportes, de comunicações, serviços urbanos (água, luz, esgoto, limpeza pública) etc.¹⁹

5.5.2 Sistema de Classificação

A classificação baseou-se também no sistema proposto pela Embratur. Os critérios e materiais utilizados foram elaborados especificamente para este trabalho de maneira mais simplificada que o sistema da Embratur.

Os atrativos turísticos foram visitados e, para cada um, foi preenchida uma ficha de avaliação. Essa ficha serviu como roteiro para a análise, pontuação e classificação dos atrativos. A avaliação foi realizada durante a pesquisa de campo e coleta de dados secundários sobre o local.

Foi necessário, em primeira instância, separar os atrativos em efetivos e potenciais. Logo no início da pesquisa de campo observou-se que muitos atrativos não tinham estrutura adequada. Muitos deles também não contavam com visitação sistemática. Definuiu-se, portanto, que os atrativos efetivos e potenciais fossem divididos da seguinte maneira:

- **Atrativos Turísticos Efetivos:** são os *produtos turísticos*, ou seja, atrativos formatados comercialmente, facilitando sua distribuição, comunicação e venda.
- **Atrativos Turísticos Potenciais:** são aqueles que não possuem infraestrutura para receber o turista, não estando inseridos no mercado, embora possuam algum grau de atratividade.

Em seguida, os atrativos turísticos foram pontuados em notas de 0 a 5, para os seguintes quesitos:

- **Acessibilidade:** Este quesito leva em conta o conforto do deslocamento (meios de transporte e condições das vias de acesso); o tempo de deslocamento; a facilidade de acesso (sinalização eficiente, utilização de vias familiares, esforço despendido para atingir o local) e a sensação do trajeto (entorno, apelo paisagístico, etc.).

- **Infraestrutura:** Leva em conta equipamentos do receptivo turístico, aspectos do lixo (lixeiras, coleta e varrição); telecomunicações (telefones públicos, cobertura de celular); saneamento básico (distribuição de água e coleta de esgoto) e segurança do turista no local.
- **Escala:** Identifica a localização geográfica da demanda que o atrativo gera, sendo: 2=local, 3=regional, 4=nacional e 5=internacional.
- **Beleza:** Avalia subjetivamente a beleza do atrativo e do local onde este se encontra.
- **Características culturais / históricas / sociais / ambientais:** Identifica a importância histórico-cultural do atrativo; sua originalidade e a hospitalidade desprendida pela comunidade local.
- **Apoio do Poder Público e Importância para a Comunidade:** Avalia a importância do atrativo pelos pontos de vista do poder público e da comunidade local, e as ações desenvolvidas em prol desse atrativo.
- **Sazonalidade:** Caracteriza a sazonalidade no atrativo: 1=fluxo pontual em alta temporada; 2=fluxo pontual em baixa temporada; 3=um período de férias²⁰; 4=dois períodos de férias; e 5=ano todo.
- **Condições de Preservação** (do patrimônio histórico e do meio ambiente): Avalia a situação na qual patrimônio histórico e patrimônio ambiental se encontram.

As notas obedeceram aos seguintes parâmetros:

QUADRO 08
SISTEMA DE QUALIFICAÇÃO

Nota Numérica	Qualificação
0	Inexistente / Vazio
1	Ruim
2	Fraco
3	Regular
4	Bom
5	Excelente

Elaboração: FGV 2002

Para cada quesito acima foi estimado um peso, ou seja, a sua importância perante os demais. Os pesos relativos variaram de 1 a 3. Desta forma, alguns critérios foram considerados mais importantes para efeitos de classificação.

A nota de um atrativo referente a cada critério foi multiplicada pelo seu respectivo peso, chegando-se a um resultado parcial. A soma de todas as multiplicações dos

²⁰ Tipicamente, os períodos de férias no Brasil são junho/julho e dezembro/janeiro.

critérios por seus respectivos pesos originou um resultado final, isto é, a pontuação total daquele atrativo turístico.

Constatada a diferenciação entre os atrativos efetivos e potenciais, foram necessários aplicar diferentes parâmetros para os atrativos efetivos e os potenciais, procurando evitar distorções na avaliação e na classificação.

Enquanto os atrativos efetivos foram avaliados com todos os quesitos, os potenciais foram somente avaliados pelos quesitos de acessibilidade, beleza, e características culturais / históricas / sociais / ambientais. Esses quesitos não dependem ou não são influenciados diretamente pelo fato de o atrativo ser formatado comercialmente ou ter fluxo turístico.

Os pesos aplicados aos quesitos para os atrativos efetivos e potenciais estão listados na Tabela abaixo:

TABELA 68
PESO DOS QUESITOS DE AVALIAÇÃO

Atrativos		
	Efetivos	Potenciais
Acessibilidade	2	0
Infraestrutura	2	0
Escala	1	0
Beleza	3	3
Características Culturais, Históricas, Sociais ou Ambientais	3	3
Apoio do Poder Público e Importância para a Comunidade	1	0
Condições de Preservação	2	0
Sazonalidade	2	0

Elaboração: FGV 2002

5.5.3 Situação Atual

Nesta parte, são avaliados os atrativos e produtos turísticos existentes e já desenvolvidos. Parte-se da premissa de que o turismo ainda está em fase de desenvolvimento em grande parte do polo BTS, e que o estágio atual da demanda e da oferta de produtos está estruturada com base nos atrativos efetivos.

Apresentação dos Atrativos

Atrativos Efetivos

Apresenta os atrativos efetivos dos municípios, separados por categoria e zona turística²¹. Dentro de cada categoria, os atrativos são classificados segundo a nota total ponderada:

²¹ Para efeitos deste capítulo e para melhor análise das informações, as zonas turísticas consideradas são: Baía de Todos-os-Santos, Costa dos Coqueiros e Salvador.

TABELA 69
ATRATIVOS TURÍSTICOS EFETIVOS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE
TODOS-OS-SANTOS (CONTINUAÇÃO)

Baía de Todos-os-Santos		
Cachoeira		
Histórico-cultural		
	Conjunto da Ordem 3ª do Carmo	76
	Conjunto Arquitetônico de Cachoeira	74
	Fundação e Museu Hansen Bahia	59
	Igrejas de Cachoeira	58
	Ponte Dom Pedro II	56
Manifestações Culturais		
	Festa da Irmandade da Boa Morte	72
	Artesanato de Cachoeira	55
	Festa de N.S. D'Ajuda	40
	Festa de São João	39
Itaparica		
Histórico-cultural		
	Fonte da Bica	57
	Centro Histórico de Itaparica	54
Manifestações Culturais		
	Artesanato de Itaparica	54
Natural		
	Praia Ponta de Areia	52
	Praia do Forte e do Boulevard	49
Realizações técnicas e científicas contemporâneas		
	Marina de Itaparica	49
Madre de Deus		
Acontecimentos Programados		
	Madreverão	54
Natural		
	Praias da Costa, Cação e da Ponta do Suape	44
Maragojipe		
Acontecimentos Programados		
	Regata Aratu-Maragojipe	44
Manifestações Culturais		
	Carnaval de Mascarados	41
	Festa de São Bartolomeu	40
Nazaré		
Histórico-cultural		
	Cine Rio Branco	62
	Centro Histórico de Nazaré	60
	Estação de Trem e Locomotiva	56
	Estátua de Jesus Cristo e Mirante	53
Manifestações Culturais		
	Feira dos Caxixis	57
	Artesanato de Nazaré	51
	Festa de São Roque	43

Fonte: FGV 2002

TABELA 70
ATRATIVOS TURÍSTICOS EFETIVOS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE
TODOS-OS-SANTOS (CONTINUAÇÃO)

Baía de Todos-os-Santos		
Santo Amaro		
Histórico-cultural		

	Museu do Recolhimento dos Humildes	70
	Centro Histórico de Santo Amaro	58
Manifestações culturais		
	Festa de Nossa Senhora da Purificação	57
São Félix		
Histórico-cultural		
	Fabrica de Charutos e Centro Cultural Dannemann	67
	Casa de Hansen Bahia (Fazenda Santa Bárbara)	58
	Centro Histórico de São Félix	55
Manifestações culturais		
	Teatro de Rua - A Paixão de Cristo	46
Saubara		
Natural		
	Praia de Cabuçu	37
Vera Cruz		
Natural		
	Praia e Distrito de Mar Grande	51
	Praia de Cacha-Pregos	51
	Praia de Barra Grande	45

FONTE: FGV 2002

TABELA 71
ATRATIVOS TURÍSTICOS EFETIVOS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE
TODOS-OS-SANTOS (CONTINUAÇÃO)

Salvador Histórico cultural	
Centro Histórico de Salvador	80
Igreja do Senhor do Bonfim	78
Forte de Santo Antônio da Barra	77
Catedral Basílica de Salvador	75
Convento de São Francisco	75
Elevador Lacerda	74
Mosteiro de São Bento	72
Igreja da Ordem Terceira de São Francisco	72
Museu Náutico	70
Museu Carlos Costa Pinto	70
Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM	68
Museu de Arte da Bahia	68
Museu Abelardo Rodrigues	68
Museu de Arte Sacra da UFBA	67
Fundação Casa de Jorge Amado	67
Igreja N.S. da Conceição da Praia	67
Igreja e Santa Casa da Misericórdia	67
Igreja e Convento de Santa Tereza	67
Museu Afro-Brasileiro	64
Forte de São Pedro	57
Forte de N.S. de Monte Serrat	55
Teatro Castro Alves	48
Igreja de São Pedro dos Clérigos	48
Igreja e Convento do Carmo	48

Igreja de São Joaquim	48
Forte de Santo Antônio Além do Carmo	48
Igreja de N.S. da Vitória	48
Igreja de N.S. do Pilar	48
Igreja de N.S. do Rosário dos Pretos	48
Igreja de Santo Antônio Além do Carmo	48
Igreja de Santo Antônio da Barra	48
Memorial da Câmara de Salvador	48
Memorial dos Governadores	48
Memorial Irmã Dulce	48
Forte de Santa Maria	48
Igreja da Ascensão do Senhor	48
Igreja do Santíssimo Sacramento da Rua do Passo	48
Museu Arqueológico	48
Igreja e Convento da Lapa	48
Museu da Cidade	48
Museu da Ordem Terceira de São Francisco	48
Museu da Santa Casa da Misericórdia	48
Igreja da Ajuda	48
Igreja da Ordem Terceira de São Domingos	48
Igreja da Boa Viagem	48
Museu do Cacau	48
Museu do Mosteiro de São Bento	48
Museu Eugênio Teixeira Leal	48
Museu Geológico do Estado da Bahia	48
Museu Henriqueta Catharino de Arte Antiga e Popular	48
Casa de Angola	48
Museu Portas do Carmo	48
Palácio Rio Branco	48
Quartirão Cultural	48
Colégio de São Joaquim	48

FONTE: FGV 2002

TABELA 72
ATRATIVOS TURÍSTICOS EFETIVOS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE
TODOS-OS-SANTOS (CONTINUAÇÃO)

Manifestações Culturais	
Festa de Iemanjá	74
Procissão do Senhor Bom Jesus dos Navegantes	72
Carnaval de Salvador	72
Lavagem do Bonfim	70
Capoeira de Salvador	66
Dinâmica Cultural de Salvador	66
Candomblé de Salvador	65
Festa da Independência da Bahia	62
Festa do Divino	55
Festa de Reis	55
Mercado Modelo	51
Festa de São João	51

Festival de Verão	50
Festa de Santa Luzia	48
Réveillon do Farol	48
Natural	
Baía de Todos-os-Santos	69
Lagoa do Abaeté	62
Orla Marítima – Oceânica – Salvador	57
Orla Marítima – Baía de Todos-os-Santos	57
Mergulho em Salvador	54
Ilha dos Frades	48
Ilha de Maré	48

FONTE: FGV 2002

Percentual de atrativos efetivos por categoria

Os atrativos classificados por categoria distribuem-se de maneira diferente por zona turística. Segundo o gráfico, o caráter turístico do Polo Baía de Todos-os-Santos é caracterizado principalmente pela forte presença da categoria cultural. Somando-se as categorias: histórico-cultural e manifestações culturais e folclóricas, temos quase 75% dos atrativos do polo Baía de Todos-os-Santos com características culturais. Em seguida, temos a presença do caráter natural.

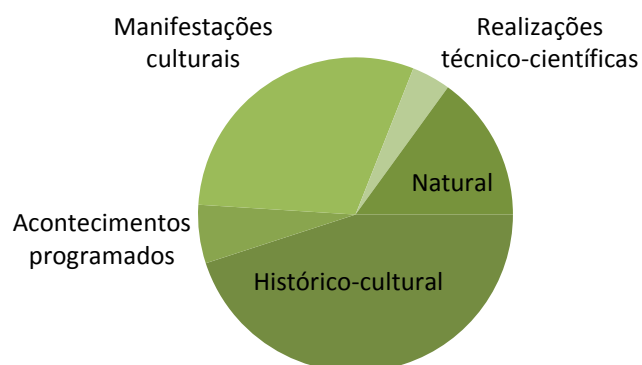
TABELA 73
ATRATIVOS EFETIVOS POR CATEGORIA (TOTAL) – POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Histórico-cultural		
Centro Histórico de Salvador	Salvador	80
Igreja de Nosso Senhor do Bonfim	Salvador	78
Forte de Santo Antônio da Barra	Salvador	77
Conjunto da Ordem 3ª do Carmo	Cachoeira	76
Catedral Basílica de Salvador	Salvador	75
Convento de São Francisco	Salvador	75
Natural		
Baía de Todos-os-Santos	Salvador	69
Manifestações culturais		
Festa da Irmandade da Boa Morte	Cachoeira	76
Festa de Iemanjá	Salvador	74
Procissão do Senhor Bom Jesus dos Navegantes	Salvador	72
Carnaval de Salvador	Salvador	72
Lavagem do Bonfim	Salvador	70
Realizações Técnicas e Científicas		
Contemporâneas		
Marina de Itaparica	Itaparica	49
Acontecimentos Programados		
Madreverdeão	Madre de Deus	54
Regata Aratu-Maragogipe	Maragogipe	44

FONTE: FGV 2002

GRÁFICO 49

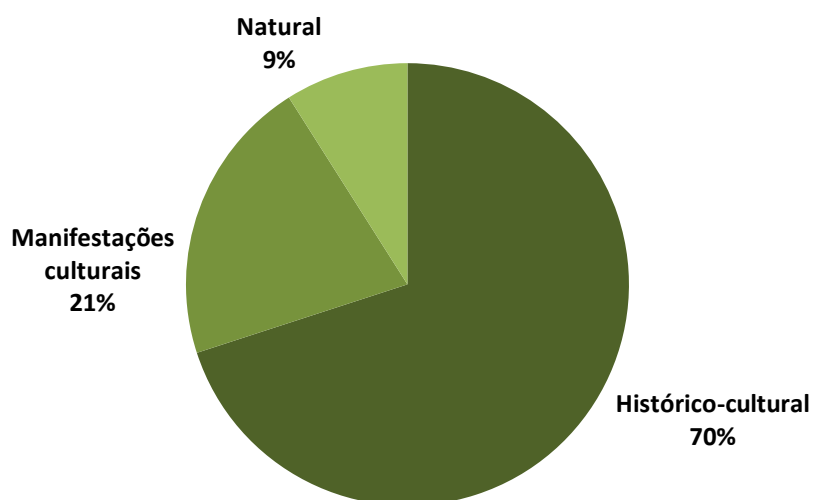
**Atrativos Efetivos por Categoria (Total)
Polo Baía de Todos-os-Santos**



Fonte: FGV, 2002

GRÁFICO 50

ATRATIVOS EFETIVOS POR CATEGORIA (TOTAL) – SALVADOR



FONTE: FGV 2002

O aspecto natural, para Salvador, aparece como um fator complementar, apoiando os atrativos históricos e culturais.

Ranking de atrativos por categoria (por nota)

Aqui se identificam os principais atrativos efetivos para cada categoria, através da classificação pelas notas. Para esta análise, são apresentadas as categorias de destaque de cada zona turística (tipicamente 3 categorias-destaque) e, dentro de cada

categoria, os cinco principais atrativos. Em algumas tabelas há menos que cinco, o que significa que a zona turística apresenta menos que cinco atrativos efetivos para aquela categoria.

TABELA 74
PRINCIPAIS ATRATIVOS EFETIVOS – CATEGORIA HISTÓRICO-CULTURAL (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		349
Conj. Ordem 3ª do Carmo	Cachoeira	76
Conj. Arquitetônico de Cachoeira	Cachoeira	74
Museu de Recolhimento dos Humildes	Santo Amaro	70
Fábrica de Charutos e Centro Cultura Danemann	São Félix	67
Cine Rio Branco	Nazaré	62
Salvador		385
Centro Histórico de Salvador	Salvador	80
Igreja do Senhor do Bonfim	Salvador	78
Forte de Santo Antônio da Barra	Salvador	77
Catedral Basílica	Salvador	75
Convento de São Francisco	Salvador	75

FONTE: FGV 2002

TABELA 75
PRINCIPAIS ATRATIVOS EFETIVOS – CATEGORIA MANIFESTAÇÕES CULTURAIS (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		299
Festa da Irmandade da Boa Morte	Cachoeira	76
Festa de N. S. da Purificação	Santo Amaro	57
Feira dos Caxixis	Nazaré	57
Artesanato de Cachoeira	Cachoeira	55
Artesanato de Itaparica	Itaparica	54
Salvador		420
Festa de Iemanjá	Salvador	74
Procissão do Senhor Bom Jesus dos Navegantes	Salvador	72
Carnaval de Salvador	Salvador	72
Lavagem do Bonfim	Salvador	70
Capoeira de Salvador	Salvador	66
Dinâmica Cultural de Salvador	Salvador	66

FONTE: FGV 2002

TABELA 76
PRINCIPAIS ATRATIVOS EFETIVOS – CATEGORIA NATURAL (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		248
Praia Ponta de Areia	Itaparica	52
Praia e Distrito de Mar Grande	Vera Cruz	51
Praia de Cacha-Pregos	Vera Cruz	51
Praia do Forte e do Boulevard	Itaparica	49
Praia de Barra Grande	Vera Cruz	49
Salvador		299
Baía de Todos-os-Santos	Salvador	69
Lagoa do Abaeté	Salvador	62
Orla Marítima – Oceânica	Salvador	57
Orla Marítima – Baía de Todos-os-Santos	Salvador	57
Mergulho em Salvador	Salvador	54

FONTE: FGV 2002

Ranking dos municípios por categoria (por nota)

Além dos principais atrativos em cada categoria, é necessário analisar o total de pontos obtidos por município, nessas categorias, identificando os municípios de maior destaque. As tabelas apresentam o ranking de municípios em cada categoria:

TABELA 77
RANKING EFETIVO DE MUNICÍPIOS –
CATEGORIA HISTÓRICO-CULTURAL

Rank	Município	Pontuação
1	Salvador	3042
2	Cachoeira	323
3	Nazaré	231
4	São Félix	178
5	Santo Amaro	128
6	Itaparica	111

FONTE: FGV 2002

Como se percebe da tabela em relação aos atrativos efetivos, Salvador é o grande destaque da categoria Histórico-cultural. Sua alta pontuação justifica-se tanto pela quantidade de atrativos quanto pela sua qualidade. Cachoeira e Nazaré são também municípios de destaque nessa categoria.

TABELA 78
RANKING EFETIVO DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS (NOTA)

Ranking	Município	Pontuação
1	Salvador	953
2	Cachoeira	210
3	Nazaré	151
4	Maragogipe	81
5	Itaparica	57
6	Santo Amaro	54
7	São Félix	46

FONTE: FGV 2002

Em relação às manifestações culturais, Salvador também é o destaque, apresentando, porém, menor diferença de pontuação do que a encontrada na categoria Histórico-cultural. Os municípios de Cachoeira e Nazaré estão novamente bem situados. Na categoria natural, a diferença entre Salvador e os demais também é menor.

TABELA 79
RANKING EFETIVO DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA NATURAL (NOTA)

Ranking	Município	Pontuação
1	Salvador	395
2	Vera Cruz	147
3	Itaparica	101
4	Madre de Deus	44
5	Saubara	37

FONTE: FGV 2002

5.5.4 Análise dos Produtos Turísticos

Este item apresenta os principais pacotes organizados a partir de destinos turísticos do polo Baía de Todos-os-Santos. A partir dessa pesquisa junto às agências e operadoras nacionais, foi possível comparar o nível de preços em que são comercializados os produtos do polo e seus principais competidores.

Na Tabela a seguir estão listados os produtos turísticos vendidos atualmente no polo Baía de Todos-os-Santos. A maior parte desses produtos são pacotes turísticos, que englobam hospedagens, transporte e outros serviços. Esses pacotes são organizados por grandes operadoras e agências de viagem que captam turistas nacionais de outros estados e turistas internacionais. O fato de existirem várias redes hoteleiras internacionais e *resorts* de luxo instalados no polo Baía de Todos-os-Santos contribui para um maior esforço de vendas e estruturação de produtos turísticos nessa região.

Os municípios que compõem a região do entorno da Baía de Todos-os-Santos fazem parte de produtos turísticos de curta duração (passeios de 1 dia), saindo principalmente a partir de Salvador. O município de Salvador apresenta uma série de microprodutos turísticos (opções não principais, que geram diversidade de atividades para quem já se encontra no destino), destacando-se em relação aos demais municípios que compõem o polo Baía de Todos-os-Santos.

A maior complexidade da rede de serviços e produtos turísticos locais demonstra que o fluxo, a capacidade de gerar pernoites e as opções de gasto turístico são menores nos outros municípios da Baía de Todos-os-Santos. Esta situação reflete a estruturação mais profissionalizada da atividade turística em Salvador.

Muitos produtos existentes atualmente no polo estão concentrados em Salvador e/ou são vendidos a partir da capital baiana (passeios, viagens curtas, etc.). Podem ser compreendidos, assim, como produtos complementares do destino Salvador. Ao mesmo tempo, significa que esses produtos também atendem aos moradores de Salvador, que se constitui, assim, em um mercado de grande porte e de razoável poder de compra.

QUADRO 09

PRODUTOS TURÍSTICOS VENDIDOS ATUALMENTE NO POLO SALVADOR ENTORNO

Polo Baía De Todos-os-Santos	Produtos Turísticos
Salvador	Pacotes City tours (panorâmico, noturno, histórico) Passeio Passeio de barco Baía de Todos-os-Santos Passeio praias próximas (Itapuã) Passeio mergulho Eventos (Carnaval)
Recôncavo Baiano	Cachoeira – São Félix - passeio de 1 dia São Francisco do Conde – passeio de 1 dia Santo Amaro – passeio de 1 dia
Ilha de Itaparica	Pacote Passeios (barco, cavalo)
Nazaré	Passeio 1 dia

FONTE: AGÊNCIA DE VIAGENS E RECEPTIVO

No Quadro abaixo estão listados alguns pacotes organizados a partir de produtos turísticos do polo Baía de Todos-os-Santos, com as descrições dos serviços incluídos e dos preços praticados. Salvador é um destino conhecido e procurado por turistas

nacionais e internacionais, constituindo-se na “porta de entrada” do polo Baía de Todos-os-Santos. Além da atratividade própria, agrega a seu conjunto de serviços e produtos complementares os passeios e os pacotes regionais, aumentando sua atratividade perante os concorrentes e beneficiando os demais municípios.

QUADRO 10
DESCRIÇÃO DE ALGUNS PRODUTOS TURÍSTICOS VENDIDOS ATUALMENTE NO POLO
BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Localização	Pacote	Descrição	Preço
Itaparica	7 dias no Club Med Itaparica para duas pessoas em apto. duplo	Hospedagem <i>all inclusive</i>	R\$4.730,00
Salvador	Quatro noites no Bahia Othon Palace para duas pessoas	A estada inclui café da manhã	R\$ 928,00
Salvador	7 noites em Salvador (CVC)	Passagem aérea, traslados, hospedagem com café da manhã, passeio aos pontos turísticos	R\$ 928,00 p/ pessoa
Salvador	Quatro noites no Hotel Catussaba	Em apto duplo, com café da manhã e taxas	R\$1.000,00
Salvador	Quatro noites no Gran Hotel Stella Maris	Em apto duplo, com café da manhã, almoço e jantar e taxas	R\$ 4.074,00 p/duas pessoas

FONTE: INTERNET E HOTÉIS

Os pacotes listados na Quadro acima são aqueles de competitividade nacional e internacional. São produtos “industriais”, colocados no mercado através de uma rede estruturada de distribuição e comercialização. Representam uma parte significativa do fluxo total para o polo, sendo uma das que mais geram receita.

Competem com esses produtos os demais produtos nacionais, como descritos no Quadro a seguir. Ao lado de cada pacote, são listados os preços e os serviços incluídos. Uma análise comparativa permite identificar que:

- Salvador compete, em linhas gerais, com as demais capitais nordestinas. Sob essa perspectiva, as opções de hospedagem em hotéis urbanos possuem preços compatíveis com o mercado: Aracaju ofereceu preços ligeiramente menores; Maceió e Recife, Natal e Fortaleza, preços semelhantes.
- Há opções de pacotes em *resorts* de diversas faixas de mercado. Essa diversidade de oferta já é, em si, um indicador do grau de sofisticação da oferta do polo. Esses mercados são: aquele em que se situa o Club Med, em Itaparica; o Stella Maris, em Salvador; o Catussaba, o Hotel Deville, o Pestana Rio Vermelho. Há também oferta de hotéis mais simples e de porte médio, com boa estrutura de equipamentos.

QUADRO 11
DESCRIÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS CONCORRENTES (ORIGEM SÃO PAULO)

Localização	Pacotes	Descrição	Preço
Aracaju	8 dias em Aracaju p/duas pessoas	Passagem aérea ida e volta, traslado Aeroporto/Hotel/Aeroporto, 7 noites de hospedagem no hotel escolhido e city tour	R\$ 1.996,00

Maceió	8 dias em Maceió p/duas pessoas	Passagem aérea, traslado Aeroporto, 7 dias de hospedagem no Hotel Maceió Ritz Lagoa das Antas Urban Resort com café da manhã. Passeios diversos	R\$ 3.496,00
Natal	8 dia em Natal p/duas pessoas	Passagem aérea, traslado Aeroporto, 7 dias de hospedagem no Hotel Parque da Costeira, com café da manhã. Passeios diversos	R\$ 2.816,00
Recife com Olinda	8 dias em Recife p/duas pessoas	Transporte aéreo, ida e volta, traslados, hospedagem com café da manhã. Passeio pelos pontos turísticos de Recife e Olinda	R\$2.456,00
Fortaleza	8 dias em Fortaleza p/duas pessoas	Passagem aérea, traslado Aeroporto, 7 dias de hospedagem no Beach Park Acqua, com café da manhã. Passeios diversos	R\$ 4.436,00

Fonte Internet e hotéis

Além desses produtos comercializados no mercado nacional, outra variedade de produtos locais é vendida pelas agências de receptivo do polo. Essas agências estão concentradas em Salvador e, dentre os mais vendidos, estão passeios pela própria cidade de Salvador (93% das agências consultadas), passeios para a Praia do Forte (93%), as ilhas da Baía (67%), Cachoeira (47%) e Mangue Seco (27%). São populares, ainda, pacotes para Morro de São Paulo e Lençóis (situados em outros polos de turismo).

5.5.5 Situação futura (potencial)

Nesta parte são avaliados os atrativos e produtos turísticos potenciais, partindo-se da premissa de que o turismo ainda está em fase de desenvolvimento na maior parte do polo Baía de Todos-os-Santos e que o desenvolvimento futuro da demanda e da oferta de produtos será estruturado com base nesse potencial.

Apresentação dos Atrativos

Atrativos Potenciais

Apresenta os atrativos potenciais dos municípios, separados por categoria e zona turística. Com base nessas notas, os atrativos foram ranqueados, permitindo definir quais os principais destaques do polo Baía de Todos-os-Santos. Em cada categoria, os atrativos são classificados segundo a nota total ponderada:

TABELA 80
ATRATIVOS TURÍSTICOS POTENCIAIS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Cachoeira	
Histórico-cultural	
Convento São Francisco do Paraguaçu	40
Vila de Belém	21
Manifestações Culturais	
Feira Livre de Cachoeira	37
Gastronomia Típica de Cachoeira	36
Candomblé de Cachoeira	27
Filarmônica de Cachoeira	24
Itaparica	
Histórico-cultural	
Fortaleza de São Lourenço	30

Igreja de Itaparica	27
Natural	
Praia de Amoreiras	22
Jaguaripe	
Histórico-cultural	
Cadeia do Sal	32
Igreja D'Ajuda	26
Natural	
Rios Jaguaripe e da Dona	31
Praias Desertas (Ponta dos Garcez, Ilha D' Ajuda)	31
Manguezais de Jaguaripe	28
Cachoeira do Rio da Dona	25
Paia de Mutá	25
Madre de Deus	
Histórico-cultural	
Igreja de N.S. de Madre de Deus	24
Natural	
Ilha de Maria Guarda e das Vacas	20
Maragojipe	
Histórico-cultural	
Centro Histórico de Maragojipe	27
Manifestações Culturais	
Filarmônica de Maragojipe	27
Candomblé de Maragojipe	27
Festa Junina	27
Natural	
Manguezais de Maragojipe	33
Praia de Coqueiros de Maragojipe	18
FONTE: FGV 2002	

TABELA 81

ATRATIVOS TURÍSTICOS POTENCIAIS POR CATEGORIA (NOTAS) - POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Nazaré	
Histórico-cultural	
Fazenda Senhor do Bonfim	28
Manifestações Culturais	
Gastronomia Típica de Nazaré	33
Capoeira de Nazaré	25
Candomblé de Nazaré	22
Natural	
Rio Jaguaripe (Nazaré)	35
Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas	
Piscicultura de Nazaré	15
Salinas da Margarida	
Manifestações Culturais	
Artesanato Típico de Salinas da Margarida	37
Gastronomia Típica de Salinas da Margarida	32
Natural	
Barra do Paraguaçu	33
Ponta do Dourado	30
Praia Grande	21
Praia da Ponte	21
Praia do Amor	21
Praia do Maia	21

Santo Amaro	
Histórico-cultural	
Igreja de N.S. das Oliveiras	24
Marco Inicial da Cidade de Santo Amaro	16
Manifestações Culturais	
Teatro Dona Canô	29
Candomblé de Santo Amaro	27
Folclore de Santo Amaro	22
Natural	
Cachoeira do Urubu	26
Cachoeira de Zé Regadas e de Nana	19
Praia de Itapema	17
São Félix	
Histórico-cultural	
Fundação Luís Ademir de Cultura	24
Porto de São Félix	23
Solar dos Guinles	22
Manifestações Culturais	
Manifestações Populares de São Félix	27
Filarmônica de São Félix	27
Santuário de Santa Bárbara	22
Candomblé de São Félix	22
Natural	
Mirante São Félix-Muritiba	31

FONTE: FGV 2002

TABELA 82
ATRATIVOS TURÍSTICOS POTENCIAIS POR CATEGORIA (NOTAS) – POLO BAÍA DE TODOS-
OS-SANTOS

São Francisco do Conde	Histórico-cultural	Pontuação
	Imperial Instituto Baiano Agrícola (Escola Agrícola)	38
	Centro Histórico de São Francisco do Conde	29
	Igreja de N. S. do Vencimento	28
	Casa e Capela do Engenho D'Água	25
	Engenho da Ilha de Cajaíba	25
	Natural	
	Ilha das Fontes	26
	Monte Recôncavo	25
Saubara	Histórico-cultural	Pontuação
	Patrimônio Histórico de Saubara (Lg. Bom Jesus e Matriz São Domingos de Gusmão)	16
	Manifestações Culturais	
	Manifestações Culturais de Saubara	19
	Artesanato de Saubara	16
	Natural	
	Manguezais de Saubara	22
	Gruta dos Milagres	22
	Bica do Bom Jesus	19
	Cascata do Bom Jesus	16
Vera Cruz	Histórico-cultural	Pontuação
	Igreja de Nosso Senhor de Vera Cruz	38
	Igreja de N. S da Penha	22
	Natural	
	Reservas Ecológicas de Vera Cruz	31
	Mergulho em Vera Cruz	28

FONTE: FGV 2002

TABELA 83 (Continuação)**ATRATIVOS TURÍSTICOS POTENCIAIS POR CATEGORIA (NOTAS) - POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS (CONTINUAÇÃO)**

Salvador	
Histórico-cultural	
Forte de São Marcelo	38
Forte de São Diogo	38
Igreja N.S. da Penha - Ribeira	34
Museu da Ordem Terceira do Carmo	32
Museu do Convento do Carmo	29
Museu Temporal	24
Igreja e Convento do Desterro	24
Igreja do Boqueirão	24
Instituto Geográfico e Histórico	24
Memorial da Medicina Brasileira	24
Museu Casa dos Sete Candeeiros	24
Igreja dos Aflitos	24
Museu de Ciências e Tecnologia	24
Museu do Benin	24
Igreja e Convento da Palma	24
Museu do Convento do Desterro	24
Natural	
Parques Públicos (Pituaçu, São Bartolomeu e da Cidade)	25

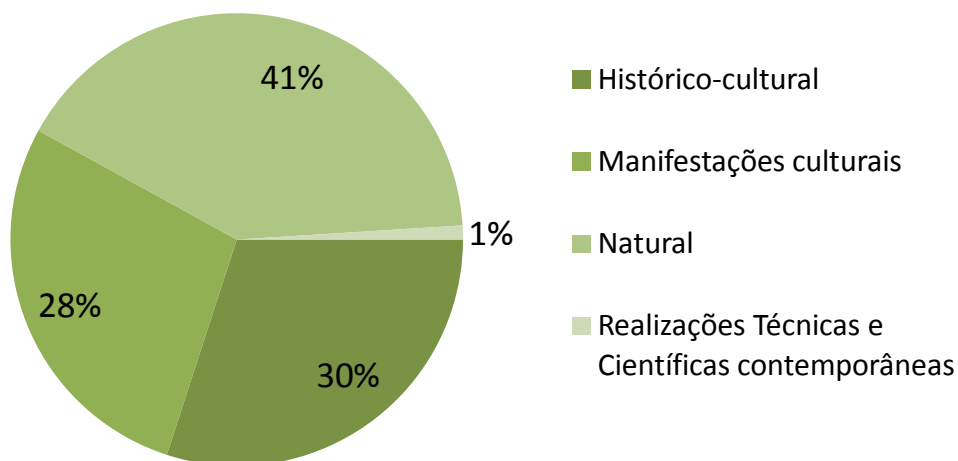
FONTE: FGV 2002

Percentual de atrativos por categoria

Os gráficos a seguir apresentam a essência do polo Baía de Todos-os-Santos e das zonas turísticas, com base nos atrativos potenciais. No polo, como um todo, a categoria turística com maior potencial de desenvolvimento é a Natural. Não obstante, as categorias relacionadas à cultura (Histórico-cultural e Manifestações Culturais e Folclóricas) continuam ainda representando grande parte dos atrativos do polo (58%).

GRÁFICO 51

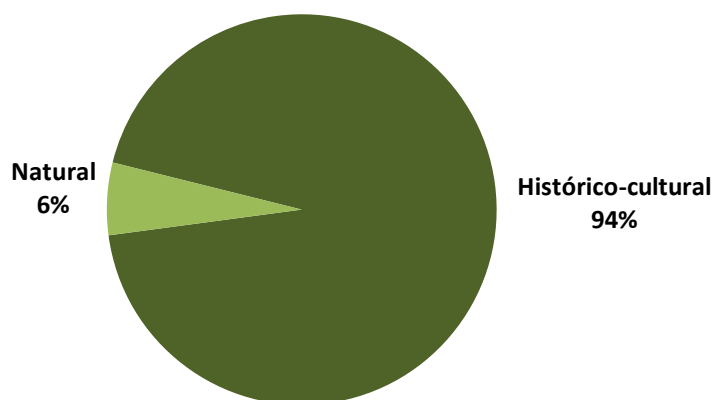
**Atrativos Potenciais por Categoria (Total)
Baía de Todos-os-Santos**



Fonte: FGV, 2002

GRÁFICO 52

ATRATIVOS POTENCIAIS POR CATEGORIA (TOTAL) SALVADOR -BA



FONTE: FGV 2002

Para a Baía de Todos-os-Santos, ainda há inúmeros atrativos que podem fortalecer a atividade turística nas três principais categorias. Há, principalmente, uma quantidade de atrativos naturais ainda não desenvolvidos para o turismo.

A análise dos atrativos potenciais naturais da Baía de Todos-os-Santos deixou claro que grande parte deles está relacionada às próprias peculiaridades da zona turística, isto é, ilhas, rios e locais banhados pelas águas da baía. Desta maneira, os 42% dos atrativos naturais em potencial estão, na Baía de Todos-os-Santos, muito relacionados ao turismo náutico, que é um segmento de mercado muito adequado aos diferenciais da baía. Além disso, é um segmento turístico ainda pouco explorado tanto na Bahia

com no Brasil, como um todo, por causa de restrições na legislação da Marinha Mercante, recentemente reformada.

Salvador, a área onde o turismo está mais desenvolvido, ainda pode se beneficiar de outros monumentos, museus, igreja e fortes que não se encontram estruturados para o turismo. Sua “reserva” é eminentemente histórico-cultural.

Ranking de atrativos por nota por categoria

As tabelas abaixo apresentam os atrativos melhor avaliados em cada categoria. Eles estão agrupados por zona turística:

TABELA 84
PRINCIPAIS ATRATIVOS POTENCIAIS – CATEGORIA HISTÓRICO-CULTURAL (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		178
Cachoeira	Convento de São Francisco do Paraguaçu	40
São Francisco do Conde	Imperial Instituto Baiano Agrícola (Escola Agrícola)	38
Vera Cruz	Igreja do Nosso Senhor de Vera Cruz	38
Jaguaripe	Cadeia do Sal	32
Itaparica	Fortaleza de São Lourenço	30
Salvador		171
Salvador	Forte de São Marcelo	38
Salvador	Forte de São Diogo	38
Salvador	Igreja N.S. da Penha (Ribeira)	34
Salvador	Museu da Ordem Terceira do Carmo	32
Salvador	Museu do Convento do Carmo	29

FONTE: FGV 2002

TABELA 85
PRINCIPAIS ATRATIVOS POTENCIAIS – CATEGORIA MANIFESTAÇÕES CULTURAIS (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		175
Cachoeira	Feira Livre de Cachoeira	37
Salinas da Margarida	Artesanato Típico	37
Cachoeira	Gastronomia Típica	36
Nazaré	Gastronomia Típica	33
Salinas da Margarida	Gastronomia Típica	32

FONTE: FGV 2002

TABELA 86
PRINCIPAIS ATRATIVOS – CATEGORIA NATURAL (NOTA)

Baía de Todos-os-Santos		204
Cachoeira	Rio Paraguaçu	40
Cachoeira	Lagamar do Iguape	38
Nazaré	Rio Jaguaripe	35
Salinas da Margarida	Barra do Paraguaçu	33
Maragojipe	Manguezais de Maragojipe	33
Salvador	Parques Públicos (Pituaçu, São Bartolomeu e da Cidade)	25

FONTE: FGV 2002

Ranking de municípios por categoria (nota)

Com base nos atrativos classificados segundo suas respectivas categorias, as tabelas classificam os municípios segundo a pontuação total de seus atrativos potenciais.

A exceção de Salvador, São Francisco do Conde é o município com maior potencial turístico inexplorado na categoria histórico-cultural, a mais importante da Baía de Todos-os-Santos. Da mesma maneira, ocupam lugares de destaque os municípios de Cachoeira e São Félix.

TABELA- 87
RANKING POTENCIAL DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA
HISTÓRICO-CULTURAL (NOTA)

Ranking	Município	Pontuação
1	Salvador	435
2	São Francisco do Conde	145
3	São Félix	69
4	Cachoeira	61
5	Vera Cruz	60
6	Jaguaripe	58
7	Itaparica	57
8	Santo Amaro	40
9	Nazaré	28
10	Maragojipe	27
11	Madre de Deus	24
12	Saubara	16

FONTE: FGV 2002

TABELA- 88
RANKING POTENCIAL DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS (NOTA)

Rank	Município	Pontuação
1	Cachoeira	124
2	São Félix	98
3	Maragojipe	81
4	Nazaré	80
5	Santo Amaro	78
6	Salinas da Margarida	69
7	Saubara	35

FONTE: FGV 2002

Na categoria Manifestações Culturais, Cachoeira e São Félix são os municípios que possuem atrativos ainda não desenvolvidos de maior pontuação. Maragojipe e Nazaré também têm grandes potenciais de desenvolvimento nesta categoria.

TABELA 89
RANKING POTENCIAL DE MUNICÍPIOS CATEGORIA NATURAL
(NOTA)

Ranking	Município	Pontuação
1	Salinas da Margarida	147
2	Jaguaripe	140
3	Saubara	79

4	Cachoeira	78
5	Santo Amaro	62
6	Vera Cruz	59
7	São Francisco do Conde	51
8	Maragogipe	51
9	Nazaré	35
10	São Félix	31
11	Salvador	25
12	Itaparica	22
13	Madre de Deus	20

FONTE: FGV 2002

Na categoria Natural, Salinas da Margarida e Jaguaripe são os municípios com maior potencial inexplorado.

5.5.6 Análise dos Produtos Potenciais

A análise das categorias de atrativos mais importantes permite que se vislumbre um futuro turístico no polo Baía de Todos-os-Santos focado em dois grandes temas. O primeiro seria baseado em um grande circuito histórico-cultural, integrando roteiros municipais e dentro da zona turística da Baía de Todos-os-Santos. Esse circuito, à semelhança das cidades históricas de Minas Gerais, aproveitaria a imensa variedade e riqueza do patrimônio histórico e cultural do Recôncavo, de maneira conjunta, ampliando o número de atividades possíveis em cada município e entre os municípios.

A integração deve ocorrer tanto no que diz respeito ao tema, quanto nos sistemas de transporte (marítimo-fluvial, ferroviário e rodoviário). A própria promoção, mesmo respeitando as inúmeras particularidades de cada município, deveria remeter ao conjunto dos municípios.

O segundo grande tema está relacionado à grande diversidade de paisagens naturais e condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo náutico: passeios pela Baía de Todos-os-Santos, propiciando muitas alternativas contemplativas, ecoturísticas e de aventura. Para aproveitar essa possibilidade, a conservação do patrimônio natural deve ser intensificada, e a opção pelo turismo de natureza mais divulgada para o mercado turístico.

5.5.7 Capacidade de Carga

Encerrando as análises sobre as categorias e os municípios com maior quantidade e qualidade de recursos turísticos, cabe fazer uma breve avaliação acerca dos limites da presença humana nos atrativos do polo. O termo capacidade de carga é geralmente relacionado a essa avaliação, que procura estipular a quantidade máxima de pessoas em um determinado período de tempo que os atrativos podem suportar, sem causar danos relevantes.

Entretanto, discutir sobre capacidade de carga requer, ao menos, duas abordagens:

- A primeira, de caráter ambiental (áreas de tráfego possível, quantidade máxima de pessoas, épocas de resguardo, normas de conduta, etc.) e estrutural (mais relacionadas aos serviços públicos), mais relacionada com um local de delimitação geográfica evidente;
- A segunda, de caráter social, refletindo certo nível de “conforto” da população local perante a presença de visitantes e que, geralmente, relaciona-se com um distrito, vila ou município.

Talvez essa segunda abordagem seja mais flexível ou de menor possibilidade de viabilização, mas não parece ser menos importante que a primeira. Logicamente, o nível de “conforto” depende da postura dos visitantes e pode estar suscetível a picos (Carnaval, festejos, Ano Novo, etc.), mas é inegável que essa opinião deva ser considerada na definição da capacidade de carga. Essa questão traz à tona a delimitação da área suscetível ao controle. Em experiências relacionadas ao controle de atrativos específicos, são mais comuns os casos de sucesso. A prática de controle de acesso a um núcleo urbano, no entanto, parece ser mais complexa²².

Em todos os casos, percebe-se que não há, em nenhum atrativo ou núcleo urbano do polo, controle ou gerenciamento de fluxo através de indicadores de capacidade de carga. Tendo em vista a importância do tema e o possível aumento da pressão sobre os recursos turísticos, recomenda-se a utilização desse instrumento nos locais e distritos pertinentes, a saber:

- **Áreas naturais sensíveis** – principalmente em algumas ilhas da Baía de Todos-os-Santos, suscetíveis ao fluxo desordenado, que poderá vir a aumentar ainda mais. Nesses locais, deveria haver um esforço adicional das equipes responsáveis pela elaboração dos planos de manejo, para identificar em quais áreas esse controle deveria ser implementado.
- **Itens do patrimônio histórico** – a categoria de turismo que se apoia nesses itens deverá se fortalecer cada vez mais, ao longo dos próximos anos. Evidentemente, ao se incorporar o patrimônio histórico-arquitetônico na atividade turística, o que se busca é sua valorização e o apoio à conservação. No entanto, é recomendado que o monitoramento e o controle dos impactos decorrentes do fluxo comecem a ser estruturados, tanto para edificações como para os sítios.

Conclusões

Municípios de destaque por segmento

Após as análises da situação atual e do potencial turístico, é necessário um olhar sobre a situação total dos municípios do polo Baía de Todos-os-Santos. As tabelas abaixo identificam os principais municípios de cada categoria principal do Polo Baía de Todos-os-Santos.

A categoria histórico-cultural apresenta Salvador como o grande destaque, tanto na situação efetiva como na potencial. Cachoeira, São Félix e Nazaré também apresentam excelentes pontuações totais, além de uma razoável quantidade de atrativos em potencial. Além desses municípios, há pelo menos mais cinco grandes destinos histórico-culturais, representados por municípios com boa pontuação no ranking total.

TABELA 90
RANKING GERAL DOS MUNICÍPIOS – CATEGORIA HISTÓRICO CULTURAL (NOTA)

Ranking	Município	Pontuação efetiva	Pontuação Potencial	Total
1	Salvador	2998	398	3393
2	Cachoeira	323	61	384
3	Nazaré	231	28	259
4	São Félix	178	69	247
5	Santo Amaro	128	40	168

²² Sobre esse tema, destaca-se o controle da capacidade de carga na Ilha do Mel, Paraná.

6	Itaparica	111	57	168
7	São Francisco do Conde		145	145
8	Vera Cruz		60	60
9	Jaguaripe		58	58
10	Maragogipe		27	27
11	Madre de Deus		24	24
12	Saubara		16	16

FONTE: FGV 2002

Na categoria manifestações culturais, Salvador, Cachoeira e Nazaré também se destacam. Nessa categoria, há uma série de municípios com bom potencial de desenvolvimento nos primeiros lugares do ranking. Também há quatro outros municípios com bom potencial de desenvolvimento, apoiados na boa pontuação obtida.

TABELA 91
RANKING GERAL DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA MANIFESTAÇÕES CULTURAIS
(NOTA)

Ranking	Município	Pontuação Efetiva	Pontuação Potencial	Total
1	Salvador	1001		1001
2	Cachoeira	210	124	334
3	Nazaré	151	8	231
4	Maragogipe	81	81	162
5	São Félix	46	98	144
6	Santo Amaro	57	78	135
7	Salinas da Margarida		69	69
8	Itaparica	54		54
9	Saubara		35	35

FONTE: FGV 2002

TABELA 92
RANKING GERAL DE MUNICÍPIOS – CATEGORIA NATURAL (NOTA)

Ranking	Município	Pontuação efetiva	Pontuação Potencial	Total
1	Salvador	395	25	420
2	Vera Cruz	147	59	206
2	Salinas da Margarida		147	147
3	Jaguaripe		140	140
4	Itaparica	101	22	123
5	Saubara	37	79	116
6	Cachoeira		78	78
7	Madre de Deus	44	20	64
8	Santo Amaro		62	62
9	Maragogipe		51	51
10	São Francisco do Conde		51	51
11	Nazaré		35	35
12	São Félix		31	31

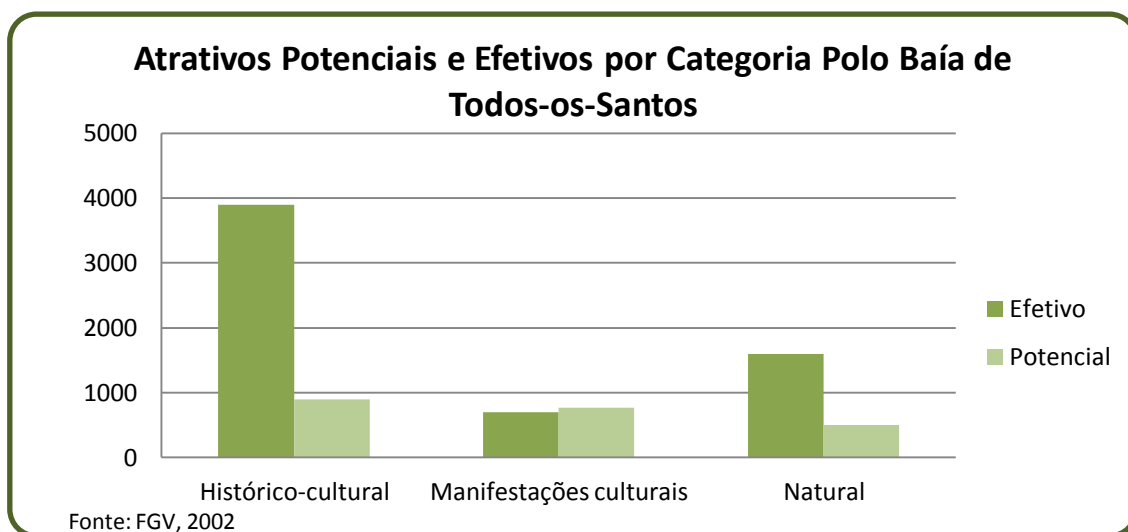
FONTE: FGV 2002

Análise do Potencial das Zonas Turísticas

O polo Baía de Todos-os-Santos, como um todo, ainda apresenta um grande potencial de desenvolvimento turístico, no que se refere aos seus atrativos. O gráfico a seguir demonstra claramente que ainda há muito que se aproveitar na Baía de Todos-os-

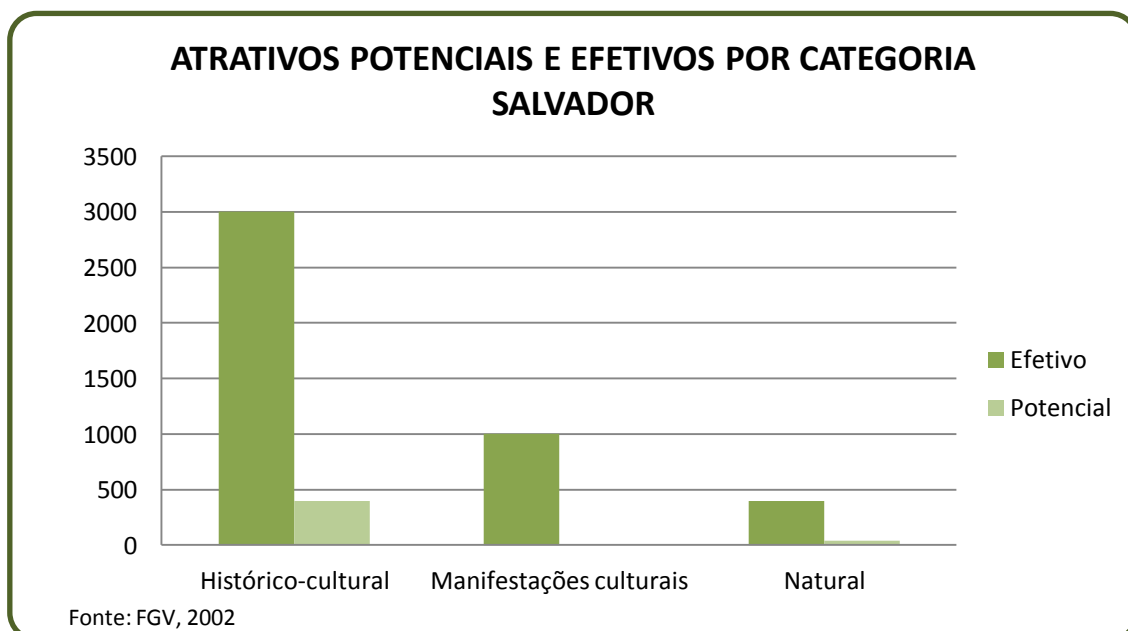
Santos, qualquer que seja a categoria do atrativo. A categoria de Atrativos Naturais, mais do que as outras, pode ser aproveitada.

GRÁFICO 53



Já Salvador utiliza a maior parte de seus atrativos para o turismo, contudo ainda há algum potencial a se desenvolver principalmente nas categorias Natural e Histórico-cultural.

GRÁFICO 54



Além do grande potencial ainda inexplorado em cada categoria, as zonas turísticas do polo Baía de Todos-os-Santos podem se beneficiar da complementação entre as atividades. Se aproveitados de maneira sinérgica, os atrativos naturais agregam valor aos produtos turísticos histórico-culturais. O oposto também é válido. Essa possibilidade permite captar turistas com perfis diversos e com maior propensão a

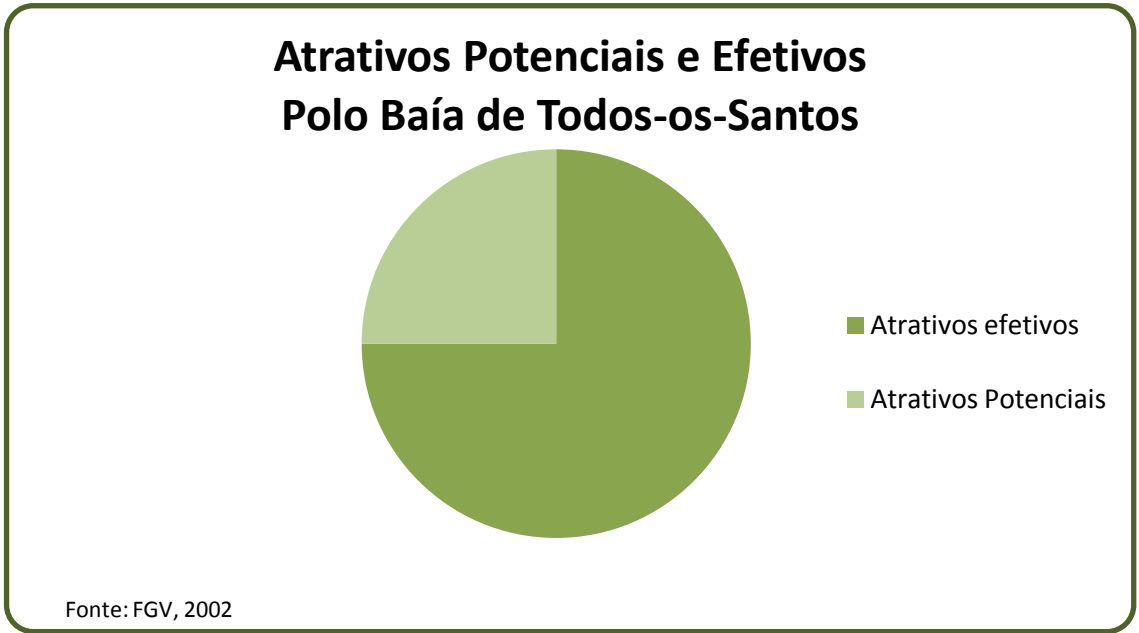
gastos. Também permite uma diversidade de alternativas turísticas, podendo gerar maior permanência média.

Assim como foi mencionado anteriormente, o turismo existente no polo Baía de Todos-os-Santos está estruturado, atualmente, sobre os atrativos efetivos. Este fato pode implicar em uma visão equivocada sobre o futuro do turismo, se não forem identificados os atrativos potenciais. Somente a análise conjunta dos atrativos potenciais e efetivos pode dar uma visão real das essências turísticas do polo Baía de Todos-os-Santos.

Foi detectado que a Baía de Todos-os-Santos possui um excelente acervo de atrativos histórico-culturais, além de um vasto potencial natural. Salvador, o grande portal, pode se beneficiar do desenvolvimento de ambos os temas, pois estes se complementam.

Em relação ao número total de atrativos, o Gráfico abaixo mostra que ainda há uma grande quantidade de atrativos não explorados no polo Baía de Todos-os-Santos.

GRÁFICO 55



Finalizando, as próximas tabelas listam os principais atrativos efetivos e potenciais para o polo Salvador e Entorno como um todo, segundo suas categorias.

TABELA 93
RANKING ATRATIVOS EFETIVOS – POLO SALVADOR ENTORNO

Histórico-cultural		
Centro Histórico de Salvador	Salvador	80
Igreja do Senhor do Bonfim	Salvador	78
Forte de Santo Antônio da Barra	Salvador	77
Conjunto da Ordem Terceira do Carmo		76
Catedral Basílica	Salvador	75
Convento de São Francisco	Salvador	75
Natural		
Baía de Todos-os-Santos	Salvador	69
Manifestações culturais		
Festa da Irmandade da Boa Morte	Cachoeira	76
Festa de Iemanjá	Salvador	74

Procissão do Senhor Bom Jesus dos Navegantes	Salvador	72
Carnaval de Salvador	Salvador	72
Lavagem do Bonfim	Salvador	70
Realizações Técnicas Contemporâneas		
Marina de Itaparica	Itaparica	49
Acontecimentos Programados		
Madreirão	Madre de Deus	54
Regata Aratu-Maragogipe	Maragogipe	44

FONTE: FGV 2002

TABELA 94
RANKING ATRATIVOS POTENCIAIS – POLO SALVADOR ENTORNO

Natural		
Rio Paraguaçu	Cachoeira	40
Lagamar do Iguape	Cachoeira	38
Rio Jaguaripe	Nazaré	35
Histórico-cultural		
Convento São Francisco do Paraguaçu	Cachoeira	40
Imperial Instituto Baiano Agrícola (Escola Agrícola)	São Francisco do Conde	38
Igreja de Nosso Senhor de Vera Cruz	Vera Cruz	38
Forte de São Diogo	Salvador	38
Cadeia do Sal	Jaguaripe	32
Manifestações Culturais		
Feira Livre de Cachoeira	Cachoeira	37
Artesanato Típico de Salinas	Salinas da Margarida	37
Gastronomia Típica de Cachoeira	Cachoeira	36
Gastronomia Típica de Nazaré	Nazaré	33
Gastronomia Típica de Salinas	Salinas da Margarida	32
Realizações Técnicas Contemporâneas		
Piscicultura de Nazaré	Nazaré	15

FONTE: FGV 2002

6 VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

Principal destino de turismo de lazer, cultural, de eventos e de negócios da Bahia, a BTS possui uma grande beleza natural, como também um rico patrimônio histórico e cultural, combinando de maneira singular elementos europeus, indígenas e afro-brasileiros. O seu principal destaque é o município de Salvador, o mais representativo portão de entrada para o turista que visita a Bahia, além de ser o maior e mais importante destino turístico do Estado, funcionando como o principal fornecedor de serviços e equipamentos.

A Baía de Todos-os-Santos conta com uma infraestrutura receptiva que inclui o Aeroporto Internacional de Salvador, habilitado para operar aeronaves de qualquer porte, e por um aeroporto para monomotores, em Itaparica. Possui um porto marítimo para passageiros, em Salvador, e terminais para a ligação de ferry-boats entre Salvador e Itaparica. Conta também com serviços regulares de transportes aéreo, rodoviário e marítimo.

A seleção dos municípios e seus respectivos agrupamentos levaram em consideração alguns aspectos:

- A atratividade natural e cultural presente em cada território municipal. Nesse caso, consideraram-se os atrativos efetivos, ou seja, aqueles que já integravam produtos turísticos ou contavam com visitação espontânea. Os atrativos potenciais, que embora não tivessem um fluxo de visitantes razoável, poderiam agregar valor aos destinos já consolidados. Outro aspecto considerado foi o risco de degradação pelo crescimento turístico espontâneo, cujo impacto negativo se tornaria bastante significativo.
- Os agrupamentos territoriais foram definidos através da identidade e da existência de uma unidade temática local, capaz de distinguir por atributos naturais e culturais peculiares de cada um dos conjuntos (Costa dos Coqueiros, Baía de Todos-os-Santos, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina), dando relevância também às características particulares de cada município separadamente.
- A existência de municípios de menor atividade turística ao lado de municípios âncoras, com fluxo regular ou sazonal, estava baseada na estratégia de distribuição equitativa, a médio e longo prazo, dos benefícios socioeconômicos gerados pelo turismo para os municípios menos estruturados.
- A continuidade territorial permitiu a criação de roteiros intra e interzonais, incorporando todos os municípios, criando-se assim um corredor turístico, sem interrupção no roteiro de visitação.
- A constatação da existência de áreas naturais ou de patrimônio cultural tangível e intangível, com carência de proteção ou recuperação, visando garantir a atratividade ou a iniciação de uso turístico e a sua conservação ambiental.
- A verificação do papel do turismo no contexto socioeconômico local, buscando envolver também municípios desprovidos de alternativas econômicas, desde que detentores de atratividade para o turismo.

Entretanto, diante da escassez de recursos para atender de forma imediata todo o polo e dado que se trata de um processo de planejamento de longo prazo, o Estado adota o escalonamento das ações de acordo com a sua relevância para o desenvolvimento sustentável do turismo, sem, no entanto, desprezar os municípios de menor estágio de desenvolvimento turístico buscando, desde já, a sua inserção no processo através de ações preparatórias, educativas, de desenvolvimento institucional ou ainda intervenções em infraestrutura de caráter essencial. Cabe ressaltar ainda a importância de valorizar municípios do polo que vêm tendo efetiva participação no

processo de construção do programa, desde a elaboração participativa dos PDITS, como também no estabelecimento e funcionamento dos Conselhos de Turismo, demonstrando real comprometimento com o desenvolvimento regional e integrado do turismo.

Ao se trabalhar com um determinado território no formato de polo turístico, o enfoque da fragmentação territorial, baseado em limites municipais, perde a sua relevância, conforme enfatizam os princípios de desenvolvimento regional presentes no Prodetur e que é também ratificado pelo Programa de Regionalização do Ministério do Turismo para essas mesmas áreas, confirmando a indiferença dos fluxos turísticos para a questão dos limites municipais.

FIGURA 06 - Espacialização dos Municípios contidos na Área de Planejamento



A homogeneidade turística, decorrente da similaridade das características dos principais atrativos, é evidente dentro dessa área. Essa situação serve como justificativa para a definição de municípios que requerem uma abordagem integrada.

Uma série de outros fatores relevantes (não baseados apenas nos atrativos) indica a necessidade de uma abordagem conjunta (dada a interdependência que também existe), justificando a definição do polo como apresentado acima. Esses fatores são:

- Salvador é o centro urbano de maior influência para todos os municípios, servindo como principal fornecedor de serviços e equipamentos (fator econômico);
- Salvador é o grande portão de entrada para o polo, que depende de sua infraestrutura de transportes para receber visitantes de mercados emissores de longa distância (fator logístico);

- Salvador é um dos mais importantes geradores de fluxo turístico para esses municípios, tanto pelos seus habitantes como pelos turistas, atraídos para a capital baiana e que procuram opções de passeios complementares (fator mercadológico);
- Apesar da diversidade turística existente em Salvador, há um claro destaque para os atrativos de lazer, náutico e histórico-cultural presente nos demais municípios que compõem o polo. Essas categorias de turismo encontram alternativas de passeios e atrativos complementares aos da capital baiana (fator turístico).

Em alguns desses municípios já existe fluxo turístico e, conseqüentemente, pressões socioambientais que requerem ações ordenadas de infraestrutura e gestão, assumindo nesses casos um caráter de maior prioridade. Em outros, no entanto, a atividade turística é incipiente e deverá permanecer ainda nessa situação, por isso podem ser trabalhados em caráter preventivo e em momento posterior.

Desta forma, os municípios integrantes do polo Baía de Todos-os-Santos foram classificados segundo as categorias abaixo descritas, tomando como base relatório técnico do Prodetur/NE II, nos seus aspectos conceituais:

- Prodetur/NE I e II – Remete aos municípios beneficiários ou diretamente impactados pelas ações da primeira e segunda etapa do programa;
- Destino Efetivo – Remete àqueles municípios em que se detectou a existência de fluxo turístico significativo, seja pela existência de estrutura de recepção, seja pela inserção de algum atrativo em pacotes regionais;
- Estruturação de Circuitos – Refere-se aos municípios que poderão fazer parte de circuitos relacionados com as categorias turísticas principais do polo;
- Fragilidade Ambiental – Indica os locais onde há perspectivas de danos pela existência de ecossistemas expostos à atividade turística.

Com base nesses quatro critérios, foram identificados os municípios segundo categorias agrupadas, apresentados no Quadro a seguir:

QUADRO 12
CATEGORIA DOS MUNICÍPIOS INTEGRANTES DO POLO

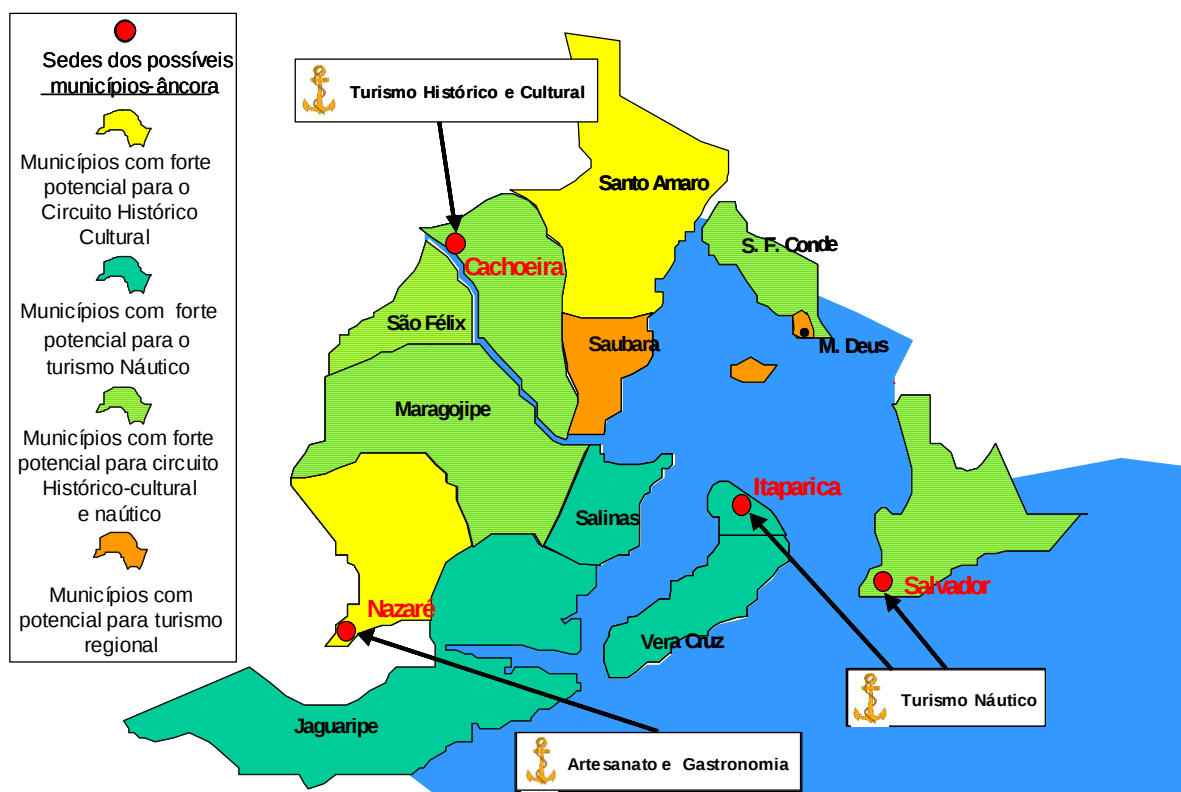
Prodetur/NE I e II Diretamente Impactados	Consolidação, ordenamento e/ou requalificação de destinos existentes	Estruturação de circuitos turísticos	Garantia de sustentabilidade em áreas de fragilidade ambiental
Itaparica Salvador	Aratuípe Cachoeira Candeias Jaguaripe Itaparica Madre de Deus Maragojipe Muniz Ferreira Muritiba Nazaré Salinas da Margarida Salvador São Francisco do Conde Saubara Simões Filho Vera Cruz	Cachoeira Itaparica Jaguaripe Maragojipe Madre de Deus Nazaré Salinas da Margarida Santo Amaro Salvador São Félix São Francisco do Conde Saubara Vera Cruz	Cachoeira Itaparica Maragojipe Salvador São Félix São Francisco do Conde Vera Cruz

Por acreditar na necessidade de uma abordagem conjunta e complementar, os estudos contidos neste trabalho continuam contemplando todos os municípios acima descritos, de maneira integrada, mesmo que escalonada, como abordado no Capítulo XX deste Plano.

Vale ainda salientar que o interesse deste planejamento é também o de poder aumentar a competitividade do polo Baía de Todos-os-Santos, compreendida pelo conjunto dos municípios que o constitui. Para tanto, serão valorizados seus principais diferenciais, relacionados a:

- Berço da colonização brasileira;
- Fatos relevantes da história – passado próspero pelos ciclos da cana de açúcar e fumo;
- Conjuntos arquitetônicos raros e significativos – engenhos, casas, igrejas e conventos;
- Sincretismo religioso e cultural – religião, valores, tradições, acervo rico;
- Gastronomia autêntica, fruto da fusão das culturas indígena, negra e europeia;
- Expressões folclóricas – vivas, vibrantes e autênticas;
- Artesanato típico variado e autêntico – tanto na simbologia quanto na técnica;
- A Baía – condições extremamente propícias para o desenvolvimento do turismo náutico, integrando-os geograficamente através das várias possibilidades de roteiros e fortalecendo os demais diferenciais.

FIGURA- 07 Categorias Principais de Turismo da Baía de Todos-os-Santos



A configuração de atrativos e diferenciais dos municípios no entorno da Baía de Todos-os-Santos sugere o desenvolvimento de duas categorias de turismo: a histórico-cultural e a de lazer (apoiada no segmento náutico)

7 MATRIZ SWOT

O diagnóstico apresentado neste trabalho carrega referências de documentos elaborados tendo como bases pesquisas de campo, consultas à comunidade, relatórios elaborados pelas prefeituras municipais e informações gerais sobre o polo Turístico Baía de Todos-os-Santos. Investigou tanto o ambiente interno quanto o ambiente externo ao sistema turístico do polo. A partir de tal diagnóstico, foi elaborada uma Matriz SWOT:

S: “Strenghts” - Pontos fortes – são os elementos e as características internas ao ambiente do sistema turístico, que propiciam vantagens a esse sistema e que são passíveis de intervenção direta pelos envolvidos;

W: “Weakeness” - Pontos fracos – são os elementos e as características internas ao ambiente do sistema turístico, que acarretam desvantagens a esse sistema e que são passíveis de intervenção direta pelos envolvidos;

O: “Opportunnities” - Oportunidades – são perspectivas futuras ou elementos externos ao ambiente do sistema turístico que podem ser utilizados para gerar vantagens a esse sistema, desde que haja capacidade ou vontade de usufruir deles;

T: “Threats” - Ameaças – são perspectivas futuras ou elementos externos ao ambiente do sistema turístico que podem deteriorar as características atuais, caso não sejam providenciadas ações mitigatórias.

O uso dessa ferramenta permite identificar os principais obstáculos ao desenvolvimento do setor. O conhecimento desses obstáculos permite que sejam elaboradas estratégias e ações que eliminem ou minimizem esses obstáculos. Assim, as intervenções dessa natureza remetem às ações defensivas, aquelas que resguardam o sistema turístico.

O outro emprego da Matriz, no entanto, identifica os pontos fortes e as oportunidades, permitindo a elaboração de estratégias e ações ofensivas. Essas intervenções permitem a geração de vantagens competitivas, ou seja, o fortalecimento de capacidades que gerem valor para o turismo.

A Matriz SWOT está configurada distribuindo os temas estruturados da seguinte forma:

Dinâmica econômica – cadeia produtiva local do turismo; principais atividades econômicas.

Análise social – associativismo social; crédito para a comunidade; inserção da comunidade; infraestrutura – saneamento básico, resíduos sólidos; segurança; políticas de transporte aéreo; meios de transporte e vias de acesso; patrimônio histórico – gestão do patrimônio histórico; situação do patrimônio.

Aspectos socioambientais – condições de conservação; condições de gestão do patrimônio natural.

Capacidade institucional dos municípios – situação dos conselhos municipais; ferramentas de gestão; situação tributária e fiscal; capacitação do pessoal do setor público.

Capacitação do setor privado do turismo – associativismo empresarial; *cluster* de entretenimento; diálogo entre setor público e privado.

Atrativos e produtos turísticos – atrativos; preços; promoção; roteiros e circuitos turísticos.

Oferta turística – acompanhamento e gestão do turismo e do Prodetur/NE II; situação do receptivo turístico.

Educação da comunidade para o turismo – conscientização sobre a importância do turismo; conscientização sobre importância do meio ambiente; conscientização sobre importância do patrimônio histórico-cultural; demandas das empresas turísticas; oferta de cursos e treinamentos; perfil de capacitação dos profissionais.

Investimentos previstos do setor privado – capacidade de investimentos pelo empresariado.

A seguir são apresentados os itens da Matriz SWOT para cada subcapítulo.

QUADRO-13 Matriz SWOT – Dinâmica Econômica

DINÂMICA ECONÔMICA			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Proximidade dos polos turísticos Coqueiros e Dendê, possibilitando uma integração com as baías de Todos-os-Santos e Camamu. Centros abastecedores de apoio bem estruturados. Presença do Banco do Nordeste como agente de desenvolvimento econômico. Crescimento econômico estadual nos últimos anos. Eixos de desenvolvimento estaduais, estruturando e fortalecendo os demais setores da economia dos municípios. Turismo já é uma ferramenta de dinamismo econômico em grande parte do polo.²³ Investimentos públicos integrados para a estruturação e dinamização da atividade turística estadual. Presença da Ford dinamizando a economia dos municípios próximos às suas instalações.²⁴ Decreto nº 12.415/10 que dispõe sobre a incidência de ICMS para a indústria e serviços da náutica.	Desigualdade econômica entre os municípios do polo (pontos isolados de desenvolvimento). Economia pouco diversificada na maioria dos municípios do polo. Baixa atividade econômica em muitos municípios do polo Grande quantidade de municípios com crescimento baixo ou negativo da economia. Muitas economias são pouco estruturadas, o que representa uma menor capacidade de incorporar seus residentes no processo de desenvolvimento.	Região com características favoráveis à produção de insumos e matérias-primas associadas ao turismo (principalmente agricultura, artesanato, pesca e náutica). Possibilidade de incremento do mercado consumidor local pela atividade turística, através de sua capacidade de geração de renda e de seu potencial de distribuição de renda. Novas oportunidades de negócios para a comunidade local, em receptivo turístico, artesanato, restauração, alojamento e náutica. Melhor ordenamento da atividade turística como forma de aumentar os impactos positivos do turismo nos municípios onde já há atividade. Planejamento estratégico estadual do turismo como ferramenta de integração de novas regiões no processo de desenvolvimento. Articulação das organizações civis e privadas favorece a estruturação e aprimoramento da cadeia produtiva local.	Surgimento de novos e fortes competidores diretos. Desaquecimento da economia nacional com reflexos na redução da demanda. Desenvolvimento desigual do Estado, gerando fluxos migratórios para o polo. Restrições macroeconômicas ao investimento produtivo (juros desestimulantes, garantias altas, prazo reduzido e valores mínimos inadequados ao porte dos investidores). Investidores externos ao polo mais competitivos (recursos técnicos e financeiros), limitando as possibilidades de inserção da comunidade no turismo.

²³ Em locais como Salvador e Itaparica.

²⁴ A Ford situa-se no município de Camaçari, no entanto, outros municípios vizinhos também acabam sendo beneficiados pela dinamização da economia local.

QUADRO-14 Matriz SWOT – Análise Social

ANÁLISE SOCIAL			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Concentração da população em áreas urbanas, facilitando o acesso à educação e saúde. Indicadores sociais (educação e saúde) demonstram melhoria na qualidade de vida da população. Índices de cobertura de serviços básicos vêm apresentando melhoras significativas na maioria dos municípios do polo. Sistema S presente e atuante, promovendo qualificação profissional e empresarial. Existência de atendimento médico na maior parte das destinações turísticas ou facilidade de locomoção para locais mais adequados.	Crescimento populacional mais acentuado nos municípios de maior dinâmica econômica. Pobreza e miséria próximas a áreas e rotas turísticas. Altos níveis de desemprego. Baixos níveis de renda na maioria dos municípios. Baixos valores de Índice de Desenvolvimento Humano em grande parte dos municípios. Em algumas localidades ainda ocorrem baixos índices de cobertura de serviços básicos (principalmente coleta de esgoto). Taxa de alfabetização baixa em alguns municípios, além de grande efetivo populacional com poucos anos de estudo.	Atividade turística dinâmica exige melhor infraestrutura de saneamento básico, trazendo benefícios para sua população. O aumento das oportunidades de emprego e negócios permitirá o aprimoramento educacional e profissional. Atuação do Sistema S, do Banco do Nordeste (Farol do Desenvolvimento) e da Desenbahia permite capacitação e crédito para aproveitar oportunidades que surgirão com o turismo. Ação dos governos federal e estadual em prol da inserção da comunidade nos processos decisórios (Estatuto das Cidades, planejamento participativo). Atuação de organizações civis para fortalecer o associativismo e o cooperativismo, aumentando a inserção da comunidade no processo de desenvolvimento. Aumento da arrecadação municipal poderá promover melhorias dos serviços públicos locais.	Atividade turística pode fomentar a prostituição e o tráfico de drogas. Fluxo migratório de regiões menos desenvolvidas para o polo BTS, provocando o desequilíbrio socioambiental. O avanço do declínio da qualidade de vida da população em caso de ocupação desordenada de áreas periféricas dos aglomerados urbanos.

QUADRO-15 Matriz SWOT – Infraestrutura

INFRAESTRUTURA			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Programa Água para Todos, que vem resultando em melhores condições de saneamento nos municípios de Salvador e outros do entorno da Baía de Todos-os-Santos, contribuindo para a redução dos níveis de poluição. Intensa melhoria das condições de saneamento dos municípios do polo, através dos investimentos em abastecimento de água e, em menor grau, coleta e tratamento de esgoto e disposição final de resíduos sólidos. Priorização, pelo governo estadual, de programas de implementação de aterros sanitários. As principais estradas se encontram em bom estado de conservação. Aeroporto do polo BTS (Salvador) é um dos mais modernos e importantes do Nordeste, ampliado com recursos do Prodetur/NE.	Abastecimento de água ainda precário em algumas localidades. Algumas localidades não apresentam cobertura adequada de coleta de esgoto. Ainda é disseminado, em muitos municípios, o uso de sistemas inadequados de destinação dos efluentes domésticos, como fossas rudimentares. Localidades sem cobertura adequada de coleta e disposição final de resíduos sólidos. Algumas prefeituras não operam o sistema de resíduos sólidos adequadamente. Maioria dos terminais rodoviários encontra-se em estado precário. Inadequação da infraestrutura para transporte náutico na Baía de Todos-os-Santos. Sinalização turística inexistente em quase todo o polo. Estradas precárias e perigosas em alguns pontos. Poucas opções de voos internacionais. Transporte público deficiente na maioria das localidades, em função da insuficiência de linhas e precariedade dos veículos (rodoviário, ferroviário e hidroviário).	O Estado detém experiência para captação de financiamentos para infraestrutura junto a organismos internacionais (BID e Banco Mundial). Aterros Sanitários Simplificados (ASS) constituem uma solução para os municípios de menor porte. Utilização turística de meios de transporte tradicionais, como trens e barcos, na Baía de Todos-os-Santos. Projeto Via Náutica como meio para incremento do turismo náutico na Baía de Todos-os-Santos. Salvador com potencial para se tornar o hub aeronáutico do Nordeste. Salvador com potencial para se tornar base náutica do Atlântico Sul (<i>Home Port</i>). Polo com potencial de implementar o Programa de Trens Turísticos. BTS com potencial de implantação/ampliação de marinas e empresas de <i>charter</i> náutico.	Incapacidade de estabelecer uma infraestrutura para atender a uma tendência de ocupação desordenada das áreas periféricas dos núcleos urbanos. Passivo ambiental que pode ser gerado em função da operação incorreta dos sistemas de esgotamento sanitário e destinação final de resíduos sólidos. A péssima acessibilidade a alguns destinos limita o desenvolvimento turístico de alguns segmentos. Competição com outras capitais do NE para captar voos internacionais. Crise no setor aéreo - empresas buscam maior rentabilidade e encerram rotas menos lucrativas.

QUADRO – 16 Matriz SWOT – Patrimônio Histórico

PATRIMÔNIO HISTÓRICO			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Grande variedade e valor do patrimônio histórico do polo, com ênfase para Salvador e Cachoeira. Importância e dimensão do Programa de Recuperação do Centro Antigo de Salvador. Pelourinho – Patrimônio Cultural da Humanidade (em curso). Projeto Monumenta – Ações efetivas de recuperação e revitalização dos sítios históricos de Salvador e Cachoeira. Cultura viva e autêntica. Salvador e a Bahia, de uma maneira geral, são vistos como lugares de referência da presença africana na América. Ao mesmo tempo, as especificidades da cultura afro-brasileira encontram em Salvador sua maior expressão (capoeira, sincretismo religioso, música, etc.). Isso complementa a atratividade do patrimônio físico. Tombamento de vários componentes do patrimônio histórico, especialmente em Salvador (Pelourinho). Utilização turística de vários componentes do patrimônio histórico. Pró-atividade dos órgãos responsáveis pela gestão do patrimônio, em nível federal e estadual. Grande parte do patrimônio pesquisado e documentado.	Pouca preocupação das prefeituras em relação à gestão de patrimônio. Poucos recursos técnicos e financeiros destinados à gestão do patrimônio por parte das prefeituras. Condições precárias de conservação em grande parte do patrimônio. Comunidade pouco conscientizada para a importância e valor do patrimônio histórico. Desconhecimento da história e dos monumentos por parte dos próprios moradores dos municípios do polo. Monumentos de interesse histórico ainda não tombados. Falta de pesquisas sobre o fluxo de visitantes nos monumentos e pesquisas sobre as necessidades específicas do segmento de turismo cultural no polo. Parte do Centro Antigo de Salvador ainda não contemplada pelas intervenções de recuperação. Prostituição, marginalidade e tráfico de drogas recorrentes no Pelourinho.	Crescimento do interesse pelo turismo cultural, tanto no Brasil como no exterior. Possibilidade de complementação do turismo cultural no Polo Salvador e Entorno através de outras vertentes do turismo, como sol e praia, ecoturismo e turismo náutico. Trabalho em conjunto prefeitura-comunidade para gestão do patrimônio. Utilização do turismo para garantia de conservação e revitalização do patrimônio. Usos alternativos e criativos do patrimônio histórico. Vários itens do patrimônio histórico com grande potencial de utilização turística em roteiros regulares de visitação.	Perda do patrimônio por falta de cuidado e conservação. Possibilidade de perda da identidade cultural própria de cada localidade com o desenvolvimento do turismo desordenado, sem planejamento, insustentável (folclore, artesanato, história, culinária, etc.). Diminuição do valor percebido pelo turista do patrimônio pela falta de conservação. Ameaça de gentrificação no Centro Antigo de Salvador, caso a população não seja incluída em estratégias de qualificação e aumento de renda, em função dos crescentes valores imobiliários.

QUADRO – 17 Matriz SWOT – Aspectos Socioambientais

ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Muitas áreas e ecossistemas com alto nível de conservação. Variedade e diversidade de ecossistemas. Presença de APAs cobrindo extensas áreas de relevância biológica e paisagística. Legislação recente rigorosa, amparando ações de conservação. Atuação do Comitê Gestor nas áreas das APAs, influenciando positivamente a gestão dessas áreas. Patrimônio ambiental rico, diversificado e preservado em diversas localidades.	A qualidade das águas dos rios do polo encontra-se aquém do exigido legalmente - lançamento de esgotos e resíduos sólidos nos rios. Em muitos municípios do polo a economia baseia-se no extrativismo. Expansão e adensamento urbano desordenados. Incapacidade de adquirir imóveis obriga a população de baixa renda a ocupar áreas de proteção ambiental, de maneira ilegal, degradando o ambiente. Fiscalização ambiental ineficiente ou inexistente em muitas localidades. Falta estudo sobre capacidade de carga das localidades.	Ações do Projeto Água para Todos alavancando investimentos na região. Envolvimento das comunidades no processo de proteção e recuperação do ambiente. Aproveitamento das Unidades de Conservação (Parques, APAs, RPPNs) como atrativo para visitação controlada. Aumento do número de adeptos à prática de ecoturismo, turismo de aventura e turismo náutico, trazendo incentivo à conservação ambiental. Aumento da preocupação global com o cuidado do meio ambiente.	Intensificação das pressões habitacionais e especulação imobiliária decorrentes do desenvolvimento espontâneo do turismo como elemento agressor do meio ambiente. Degradação sistemática do meio ambiente por excesso de carga em atrativos naturais. Pressões socioeconômicas sobre o meio ambiente, degradando os principais atrativos naturais do polo.

QUADRO – 18 Matriz SWOT – Capacidade Institucional dos Municípios

CAPACIDADE INSTITUCIONAL DOS MUNICÍPIOS			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Comunidade, poder público e setor privado conscientizados sobre a importância dos Conselhos Municipais de Turismo e Meio Ambiente. Melhoria da administração financeira dos municípios. Nos últimos anos, em alguns municípios do polo, houve aumento de receitas superior ao aumento de despesas.	Estagnação econômica de municípios por falta de capacitação institucional para gestão pública municipal. Poucos municípios do polo possuem Leis de Uso do Solo e Meio Ambiente. Plano Diretor Municipal efetivamente implantado em apenas um município, demonstrando a fragilidade do planejamento municipal. A representatividade efetiva dos Conselhos Municipais de Turismo e Meio Ambiente é duvidosa. Funcionamento e deliberações limitadas na maioria dos municípios. Falta de origem de recursos para os Conselhos. Baixo nível de capacitação dos servidores públicos municipais para exercício de funções específicas e poucos instrumentos de capacitação na maioria dos municípios. Secretarias de Turismo com estrutura deficiente (poucos funcionários, baixa qualificação e poucos equipamentos). Ferramentas de gestão, quando existentes, de baixa qualidade. Estrutura de fiscalização deficiente. Baixa participação efetiva da comunidade nos processos decisórios. Dependência excessiva de repasses constitucionais (estaduais e federais).	Estatuto das Cidades e Lei de Responsabilidade Fiscal induzindo ao aperfeiçoamento da estrutura municipal. Governo Federal, Governo Estadual e BID custeiam a elaboração de ferramentas de gestão através de financiamentos. Conselhos podem se transformar em fóruns de discussão e aprendizado sobre as práticas e os fenômenos do turismo e do meio ambiente. Modernização da administração municipal é fator condicionante a programas de financiamento, induzindo a participação em programas nacionais (PNAF-M e PMAT). Programas federais de modernização administrativa preveem política de treinamento para funcionários do setor público. Aumento significativo das receitas municipais após a modernização.	Os conselhos podem existir como uma prova de participação social, mas sem efetiva representatividade social. Adoção de ferramentas de gestão de baixa qualidade somente para atendimento de condicionantes a programas estaduais. Dificuldade na negociação para o início do pagamento de tributos municipais. Dificuldade em recolher tributos municipais e estaduais junto à comunidade e empresários locais, após a tomada de empréstimo. Inexistência de uma legislação que obriga a participação da comunidade na definição dos investimentos (orçamento participativo) pode limitar a sua influência na determinação de prioridades.

QUADRO – 19 Matriz SWOT – Capacitação do Setor Privado

CAPACITAÇÃO DO SETOR PRIVADO			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Ocorrência de investimentos privados (meios de hospedagem e outros serviços) em localidades onde foram realizados investimentos públicos estratégicos (rodovias, aeroportos, ações ambientais, etc). Empreendimentos turísticos privados novos e de grande porte em andamento. Estudo do <i>cluster</i> turístico contendo os principais problemas e as possíveis soluções a serem implementadas pelo setor privado resultou na viabilização do <i>Cluster</i> de Entretenimento, incentivada pelo Governo do Estado. Alguns grupos empresariais envolvidos com o turismo articulados em torno do <i>Cluster</i> de Entretenimento. Rede de abastecimento de bens e serviços para a cadeia do turismo diversificada e bem distribuída. Envolvimento do setor privado no processo de planejamento estratégico do turismo do polo. Novos incentivos estaduais para implantação de empreendimentos do setor náutico.	Concorrência predatória dentro dos segmentos empresariais turísticos. O associativismo ainda não possui extensa representatividade e a relação entre empresários se dá apenas através da competição. Setor privado com visão restrita da potencialidade de integração entre cultura e turismo e da interdependência entre os diversos elos da cadeia do turismo. Dificuldade de assimilação do alcance das ações do <i>cluster</i> (ou demais iniciativas associativistas) e a inexistência de experiências anteriores bem-sucedidas limitam a efetividade de suas ações. Poucas empresas turísticas (as de maior porte) articuladas com parceiros dos mercados emissores. Inexistência de grandes produtores de barcos de lazer.	Avanço da Internet como forma de divulgação e comercialização dos produtos. Adensamento da cadeia produtiva do turismo pela internalização de novos elos e pelo aprimoramento dos existentes. O Prodetur Nacional, através das reuniões do Conselho do Polo, pode ser um fomentador da criação, operação e efetividade das associações. Sucesso de empreendimentos turísticos implantados gerando interesse em novas regiões. Qualidade dos serviços turísticos vai aumentar a atratividade dos destinos do polo. Aglomeração de empresas turísticas gera demanda por formação empresarial e permite a viabilização de centros de excelência. Setor privado mais envolvido com o desenvolvimento da atividade turística, trazendo menor dependência do setor público e maior dinamismo. Articulação de parcerias Fórum Estadual de Turismo para aprimoramento empresarial.	Demora na obtenção de resultados visíveis pode arrefecer o ânimo dos empresários de turismo em relação às diversas formas de associativismo. Permanência de posturas clientelistas em relação ao Estado e às prefeituras, não otimiza o papel do setor privado no turismo. Incapacidade de investimento limitando a integração das comunidades locais no desenvolvimento da atividade turística. Falta de articulação entre empreendimentos, comprometendo o desempenho mercadológico e econômico do turismo baiano.

QUADRO – 20 Matriz SWOT – Atrativos e Produtos Turísticos

ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
As condições de navegabilidade da BTS traduzem-se em excelente produto para o turismo náutico, pois possui uma rota natural das correntes marítimas. Características culturais únicas resultam na produção gastronômica e de artesanato muito autênticos e de boa qualidade em alguns locais. Grande acervo de patrimônio histórico-cultural compõe a oferta atrativa dos destinos turísticos do polo. Localidades pertencentes ao Patrimônio Histórico da Humanidade.²⁵ Ambiente característico, peculiar e autêntico do Brasil. Muitas áreas estão em bom estado de conservação ambiental. Preço competitivo em relação a destinos semelhantes no Brasil. Oferta de produtos atende a diversos segmentos de mercado, de alcance regional, nacional e internacional.	Alguns atrativos pouco valorizados pela população e pelos atuais turistas. Parte do patrimônio histórico apresenta condições precárias de conservação. Grande parte dos atrativos naturais não se encontra formatada e não é utilizada para o turismo (atrativos potenciais). Ocupação irregular (habitação, comércio, empreendimentos agropecuários) de áreas naturais. Ausência de estudos de capacidade de carga e controle de fluxo nos atrativos. Algumas regiões de grande potencial não apresentam infraestrutura adequada para receber fluxos turísticos. Pequena oferta de roteiros e circuitos temáticos formatados. Pouca cooperação entre os municípios para estruturar oferta turística diferenciada e temática. Oferta de estruturas náuticas ainda é incipiente.	Diversidade de atrativos de menor interesse que podem ser estruturados como opções de passeio complementar (microprodutos). O fluxo turístico pode ser incrementado e qualificado se maior parte do patrimônio for utilizada para o turismo. O turismo pode ser um fator de conservação do patrimônio. Incorporação de novos atrativos e destinos à oferta turística, oferecendo mais opções de atividades e diversificando a linha de produtos. Utilização de meios de transporte alternativos, como o trem (já existe estrada de ferro em alguns locais) e hidrovias. Salvador, destino já consolidado, pode se transformar em um centro de distribuição de fluxo para o polo. Possibilidade de criação de roteiros que combinem diversos tipos de atrativos e categorias. Sinergia entre turismo, cultura e esporte náutico - papel educativo do turismo e possibilidade de expansão do mercado consumidor de produtos culturais e náuticos.	Banalização das características culturais demonstradas no artesanato e na gastronomia. Perda de monumentos por falta de conservação. Diminuição do valor percebido pelo turista em relação ao patrimônio, pela falta de conservação. Degradação dos atrativos por falta de ordenação e controle sobre capacidade de carga. Outras regiões investindo na estruturação e promoção de novos produtos, aumentando a competição. Falta de direcionamento estratégico, resultando em posicionamento mercadológico indefinido e captação de segmentos de mercado incompatíveis com as essências dos destinos.

²⁵ Salvador e Cachoeira.

QUADRO – 21 Matriz SWOT – Oferta Turística

OFERTA TURÍSTICA			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Diversidade e qualidade da oferta hoteleira de Salvador, Vera Cruz e Itaparica. Crescimento da oferta de unidades habitacionais e reestruturação da oferta turística, indicando oportunidades de mercado. Crescimento contínuo das taxas de ocupação e do total de hóspedes em meios de hospedagem de Salvador. Nos destinos mais consolidados (Salvador e resorts), o preço dos meios de hospedagem é condizente com os praticados em destinos concorrentes. Diversidade e qualidade da comida oferecida na maioria dos restaurantes. Diversidade de opções locais e regionais de passeios em Salvador. Diversidade de opções de destinos via transporte rodoviário e aéreo em Salvador. Projeto de Revitalização do Artesanato, gerando aprimoramento de sua oferta. Diversidade e qualidade das opções de entretenimentos (principalmente em Salvador).	Baixa qualidade ou especialização do receptivo local, gerando diminuição do valor percebido pelo turista. Sazonalidade da demanda turística. Meios de hospedagem de pequeno e médio porte possuem estrutura com baixo padrão construtivo e serviços de qualidade deficiente. Na Ilha de Itaparica e em Cachoeira os preços praticados e qualidade ofertada são substancialmente inferiores aos praticados em destinos semelhantes. Baixa qualidade de atendimento e condições de higiene dos restaurantes. Concentração da oferta turística (agências de receptivo, entretenimento, circuitos, etc.) em Salvador. Transporte hidroviário é limitado, tanto em opções de destinos, como em qualidade de atendimento e dos equipamentos.	Atrativos e destinos potenciais não incluídos na oferta turística, trazendo oportunidades de investimento para o setor privado. Criação ou fortalecimento de roteiros e circuitos temáticos relacionados com as principais categorias de turismo. Segmentação da oferta turística visando atender melhor os mercados específicos. Incorporação da Baía de Todos-os-Santos como hidrovia e passeio. Incorporação das linhas ferroviárias como acesso e passeio. Aumento do fluxo turístico, contribuindo para a melhoria do acesso aéreo ao polo.	Permanência do destino turístico e oferta técnica sem definição clara de posicionamento estratégico resultará em falta de foco e insatisfação dos turistas. Desaquecimento da economia, diminuindo a demanda e a rentabilidade dos investimentos realizados. Situação macroeconômica desfavorável (juros e perspectivas de crescimento), trazendo dificuldades de viabilização dos investimentos. Perda da qualidade ambiental e patrimonial dos atrativos e destinos por falta de controle sobre o processo de desenvolvimento turístico.

QUADRO – 22 Matriz SWOT – Educação e Capacitação da Comunidade para o Turismo

EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO DA COMUNIDADE PARA O TURISMO			
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Hospitalidade marcante da população. Ações do governo em prol da educação e da capacitação vêm trazendo evolução nos índices educacionais. Ações do governo na área de educação para o turismo. Oficinas do PNMT, presença de ONGs e processo de implantação da Agenda 21 em vários municípios, contribuindo para a sensibilização e para a capacidade de planejamento e de decisão da comunidade. Atividade turística é uma das mais importantes empregadoras do polo. O desenvolvimento da atividade turística no polo vem criando cada vez mais postos de trabalho. Empresários percebem necessidade de treinamento e tem intenção de aumentar a carga de treinamento formal. Presença e atuação do “Sistema S”, ajudando a capacitar os recursos humanos. Demanda por capacitação reflete busca crescente de qualidade nas empresas turísticas.	Baixas taxas de alfabetização em quase todos os municípios. Falta conscientização sobre limpeza pública, lixo e higiene. Assédio excessivo aos turistas. Pouca consciência sobre importância do turismo para a comunidade. Remunerações generalizadasmente baixas, não estimulando a busca de capacitação. Altos índices de ocupação profissional precária. Há grandes dificuldades em contratar funcionários treinados e experientes. Profissionais carecem do conhecimento de línguas estrangeiras, iniciativa própria e de competência para planejar e liderar. Posições requerem baixos níveis educacionais. Baixa oferta de cursos nos níveis técnico e operacional. Empresas não valorizam os certificados.	Treinamento e capacitação, enfatizando a característica hospitaleira do povo como diferencial competitivo. Treinamento e capacitação, enfatizando a importância da conservação e preservação do patrimônio (ambiental, cultural e histórico). Hospitalidade e cultura baiana são fortes aliados para o aumento da autoestima da população e para a valorização da cultura e do patrimônio. Profissionalização oferece maiores oportunidades de carreira (acadêmica e operacional). Reversão de benefícios oriundos do turismo em prol de treinamento e capacitação das comunidades locais. Programa de certificação profissional, em andamento, permitindo padrões mínimos de qualidade profissional.	Pressões socioeconômicas se sobrepondo à consciência ambiental, gerando degradação. Indisposição e agressividade dos residentes com os turistas, caso não sejam sensibilizados e capacitados para o convívio com a atividade turística. Importação de funcionários por falta de mão de obra local especializada, diminuindo possibilidades de inserção das comunidades. Baixa qualidade dos serviços turísticos, influenciado pela mão de obra desqualificada, diminuindo a competitividade do polo. Baixos níveis educacionais limitando a eficiência dos programas de treinamento e qualificação. Processos de capacitação profissional focados apenas no aspecto técnico, sem valorização das relações interpessoais irá causar falta de comprometimento da comunidade. Demora dos processos socio-profissionais em demonstrar resultados concretos, desestimulando os envolvidos.

Conclusão

A análise da matriz SWOT indica uma série de áreas que necessitam intervenções, sejam elas ações de fomento, de apoio, de coordenação ou até mesmo obras físicas. A execução dessas ações e projetos, contudo, não pode ser efetuada pontualmente sem a definição de sua correlação ou sem a coordenação de esforços entre os envolvidos e interessados.

Assim, alguns componentes e áreas da atividade, por serem ainda muito pouco estruturadas, tornam-se obstáculos ao desenvolvimento sustentável do turismo no polo Baía de Todos-os-Santos. Por outro lado, a análise também evidencia as áreas do turismo mais desenvolvidas, como vantagens a serem aproveitadas para o desenvolvimento da atividade.

8 ESTRATÉGIA

8.1 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

A estratégia de desenvolvimento turístico apresentada neste capítulo é uma compilação das indicações contidas nos estudos e planos já citados anteriormente. Trata-se do resultado de um abrangente processo de planejamento participativo.

Essa estratégia procura indicar iniciativas para o crescimento da atividade turística na Baía de Todos-os-Santos, na perspectiva do desenvolvimento sustentável. Ela abriga projetos e ações em diversas áreas, partindo do diagnóstico e da análise SWOT (Potencialidades, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças).

Também foi identificada uma série de valores, vertentes, visão e missão do turismo na BTS como um todo, remetendo a um encadeamento mais amplo e integrado com as demais políticas públicas em diversas áreas (infraestrutura, cultura, educação, saúde, segurança pública, etc.). A análise SWOT, por sua vez, indicou uma série de diferenças e nuances relacionada à caracterização regional no âmbito dos aspectos econômico, socioambiental e institucional dos municípios.

Faz-se necessário frisar que a formulação deste Plano é uma estruturação estratégica do desenvolvimento turístico do polo, traduzindo-se em uma política de Governo.

8.1.1 Visão

“O turismo na Bahia será referência nacional e internacional pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos visitantes, capaz de interagir com os demais setores da economia estadual, assegurando a inclusão das comunidades locais, protegendo o patrimônio natural e cultural para garantir a prática de um modelo de desenvolvimento sustentável”.

8.1.2 Missão

O turismo deve ser um agente de integração entre as esferas econômica, sociocultural e ambiental, fortalecendo a identidade baiana, fundamentando-se nos valores e diferenças do seu povo e de sua terra.

8.1.3 Fundamentos da Estratégia

A base da Estratégia Turística que se denomina “Terceiro Salto” do turismo baiano está na convergência de três eixos fundamentais: Inovação do Produto Turístico, Qualificação dos Destinos e dos Serviços e Integração Econômica.

FIGURA - 08 ESTRATÉGIA TURÍSTICA “TERCEIRO SALTO”



A convergência desses três eixos constitui-se num reforço ao conceito de sustentabilidade do turismo, complementando, desta forma, os critérios tradicionais adotados da Proteção ao Meio Ambiente, da Inserção das Comunidades no processo de desenvolvimento turístico e da ampliação dos resultados econômicos para o setor público e privado, direta e indiretamente envolvidos com a atividade turística. Por outro lado, esses três eixos correspondem às três grandes lacunas do turismo na Bahia: deficiências na qualidade dos serviços, necessidade de novos produtos turísticos e a existência de parques hoteleiros desvinculados da economia regional.

8.1.4 Composição da Estratégia

Princípios Norteadores

A garantia da sustentabilidade pretendida pelo Governo da Bahia está intimamente associada a procedimentos de consolidação de novos modelos de governança, baseados nos processos de gestão participativa que promovam uma cada vez maior transparência administrativa e descentralização das decisões relacionadas à atividade turística.

A necessidade de ampliar os benefícios do turismo às comunidades receptoras, atuando como atividade promotora de inclusão social e redução da pobreza, também se constitui em princípio a ser perseguido pelo Governo da Bahia na sua estratégia de desenvolvimento turístico.

Para atingir esses objetivos, o Governo da Bahia entende que, através da interiorização da atividade, realizada de forma planejada em regiões de alto potencial para o turismo, estará promovendo cada vez mais geração de emprego e renda para a Bahia e reduzindo os fluxos migratórios para regiões mais densamente povoadas.

Principais Premissas

A transversalidade das ações de Governo em prol do desenvolvimento turístico é uma premissa essencial ao sucesso de implementação de qualquer estratégia relacionada a essa atividade. Este fato se deve à multisetorialidade do turismo que, para que se obtenham resultados concretos, requer a participação e interação de diversos setores governamentais. Entende-se, dentre as áreas de governo que necessitam interagir, aquelas vinculadas à Segurança Pública, Cultura e Meio Ambiente, como também pelas de Infraestrutura, Trabalho, Esportes, Educação, Indústria, Comércio e Agricultura.

Vale um registro especial à atividade da promoção cultural no Estado pela sua capacidade de promover experiências positivas nos visitantes atraídos à Bahia pela sua rica diversidade cultural. Fato semelhante ocorre com as atividades esportivas, geradoras de fluxo turístico para o Estado. Quanto aos temas relacionados ao Meio Ambiente, ressalte-se a necessidade crescente de proteção dos principais ativos paisagísticos, indutores de visitação, e a garantia de uma legislação eficaz e ao mesmo tempo transparente o suficiente para não afastar aqueles que pretendem investir em equipamentos turísticos que vão gerar emprego e renda, além de reforçar a inovação e requalificação do produto Bahia. A Segurança Pública garante a tranquilidade e integridade física daqueles que nos visitam. Nos aspectos referentes às áreas de Indústria, Comércio e Agricultura, estas se relacionam à necessidade da integração econômica que vai fortalecer os resultados do turismo a partir da ampliação da sua produção associada na Bahia. Por fim, aqueles vinculados à Infraestrutura,

Educação e Trabalho garantem a mobilidade e a qualidade de vida além da educação e capacitação das populações dos destinos turísticos.

8.1.5 Diretrizes Estratégicas

As diretrizes aqui apresentadas estão embasadas na territorialidade, espaço físico onde ocorre o fenômeno turístico, e nos modelos de governança, que vão assegurar a visão no prisma das diretrizes traçadas através dos eixos. Os programas que perpassam os três eixos são: da Regionalização, da Gestão Participativa e do Turismo Sustentável.

Eixo Estratégico Inovação

Dentro do eixo estratégico Inovação, a Setur tem em curso três programas:

- **Programa de Desenvolvimento de Novos Produtos**

O Programa de Desenvolvimento de Novos Produtos tem por finalidade a criação, formatação e gestão de novos produtos turísticos com vistas a estabelecer um calendário turístico para a Bahia, acrescentando novas alternativas de oferta e demanda turística ao já consolidado calendário cultural do Estado. A proposta de promover eventos especiais nos períodos considerados de baixa estação atende ainda a uma reivindicação do trade para minimizar os efeitos da sazonalidade em seus respectivos negócios.

- **Programa de Desenvolvimento de Novos Roteiros**

Ainda no eixo estratégico Inovação, a Setur / Bahiatursa estão elaborando novos roteiros turísticos, priorizando ações de interiorização, entendendo que cada vez mais as pessoas buscam satisfazer seus interesses específicos em viagens de lazer: seja a apreciação de sítios históricos, roteiros musicais ou mesmo curtir a viagem com pessoas da sua faixa etária. A Bahia oferece diversos roteiros, segmentados por categorias, a exemplo de roteiros Históricos, da Melhor Idade, Musicais, Infantis e para Jovens. Outro exemplo é o da *Rota da Independência*, que alia o conhecimento sobre a história da Bahia à cultura peculiar do Recôncavo Baiano.

- **Programa de Desenvolvimento de Novos Segmentos**

Característica essencial à Inovação é a ação de fortalecer segmentos importantes da atividade turística que encontram na Bahia as bases necessárias para a sua transformação de potencial em produto efetivo.

Turismo Náutico

O turismo náutico envolve uma série de atividades socioeconômicas e se caracteriza pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade de movimentação turística. Os turistas com embarcações próprias são os que mais gastam com alimentação, compras, passeio e lazer, de um modo geral. Também geram postos de trabalho ao contratar serviços de embarcação e marinheiros. A operação de empreendimento náutico envolve diversas responsabilidades e questões administrativas, tais como, segurança, acesso, plano de emergências, resgate de barcos, terminais de passageiros, coordenação de competições, regatas e festividades, manutenção, seguros, treinamento de marinheiros, escola de velas e outros ofícios náuticos, previsão do tempo, tábuas de marés, etc.

Turismo Étnico (Afro e Indígena)

A Bahia foi o primeiro estado brasileiro a estruturar o segmento do turismo étnico através de projeto apresentado ao Ministério do Turismo, em 2007. Esta vertente do turismo étnico-afro parte da compreensão da ancestralidade do povo baiano, sua mistura de raças e de culturas, que se traduz hoje pela inigualável musicalidade, alegria e simpatia do baiano. O Estado vem atraindo o interesse da população norte-americana afrodescendente, que encontra na Bahia não apenas um viés ainda preservado de suas raízes, mas também do europeu e asiático, que se interessam por história e cultura.

No caso do mercado norte-americano, este segmento é considerado como a principal motivação de viagem, razão do crescimento daquele mercado para Salvador, como confirma a pesquisa Fipe, onde os Estados Unidos assumem o primeiro lugar no ranking de países emissores de turistas para a Bahia, facilitado pela operação do voo direto e diário Miami-Salvador, da American Airlines, iniciado em novembro de 2008.

Neste segmento vale destacar ainda a divulgação do turismo étnico em eventos internacionais como o Festival *Hollywood on the Beach*, o 40º Festival de Música e Herança Africana de New Orleans, Brasil Fest Atlanta 2010 e o *National Black Arts Festival*, em Atlanta, nos Estados Unidos, bem como o apoio a eventos nacionais e locais, como o VIII Encontro Cultural e Internacional de Capoeira Mangangá e a Festa da Irmandade da Boa Morte, em Cachoeira.

Ainda na linha de fortalecimento desse segmento, foi criado um calendário específico de turismo étnico e elaborados roteiros integrados de turismo étnico na Bahia, Pernambuco e Alagoas.

Capoeira da Bahia

A capoeira está presente em mais de 150 países, através de grupos com aulas ministradas, em grande parte, por capoeiristas baianos, que funcionam como embaixadores culturais da Bahia. Essas academias, escolas e grupos de capoeira realizam encontros anuais na Bahia, com duração média de sete dias. Nesses encontros, mestres de academias do exterior retornam às suas academias de origem, trazendo consigo seus novos discípulos, ávidos pelo conhecimento das raízes da capoeira para qualificar e incrementar seu aprendizado, gerando assim um fluxo turístico focado nessa atividade.

Esses turistas, adeptos da capoeira, costumam ter uma estada média de 15 dias em Salvador e, posteriormente, propagam e multiplicam o conhecimento adquirido. Nesse sentido, para conhecer esta demanda, a Setur realizou um mapeamento completo dos grupos de capoeira nos âmbitos estadual, nacional e internacional. Paralelamente, vem empreendendo ações para instalação do Escritório Internacional da Capoeira e Turismo, que funcionará em Salvador, no Forte de Santo Antônio Além do Carmo, denominado Forte da Capoeira, com o objetivo estabelecer um canal permanente entre as academias, associações, grupos e escolas de capoeira e o trade turístico da Bahia, qualificando e garantindo instrumentos de comunicação e promoção que viabilizem as operações turísticas como forma de estímulo ao turismo étnico-afro no Estado.

Turismo Religioso

No interior do Estado, os destaques são a Festa de Nossa Senhora da Boa Morte, em Cachoeira; Festa de Nosso Senhor Bom Jesus, em Bom Jesus da Lapa; Romaria de

Canudos, em Canudos; e a Romaria da Serra de Piquaraçá, em Monte Santo. Juntas, essas festas são responsáveis pela atração de aproximadamente 1,5 milhão de turistas. Vale ainda ressaltar que somente a Festa da Boa Morte, pelos seus aspectos étnicos, recebe visitantes estrangeiros, principalmente dos Estados Unidos.

Na capital, além das igrejas tradicionais como a do Nosso Senhor do Bonfim, o ponto de grande atratividade de turistas é o Memorial de Irmã Dulce. Em janeiro deste ano, o Vaticano concedeu a Irmã Dulce o título de *Venerável Dulce*, ato este que demonstra a possível beatificação da freira. Desde aquele período foi identificado um significativo aumento no número de visitantes ao Memorial Irmã Dulce.

Aliado ao turismo étnico, o turismo religioso se desenvolve de forma complementar, já que um dos principais elementos da cultura religiosa baiana é o sincretismo. Além dos períodos festivos que ocorrem no verão, onde se destaca a tradicional “Lavagem do Bonfim”, a Bahia conta com seus famosos terreiros de candomblé, que recebem inúmeros visitantes, adeptos ou não da religião de origem africana, atuando como excepcional fator de atração pelo que representam na cultura e religiosidade baianas.

- **Programa de Desenvolvimento de Novos Serviços**

Além dos produtos que integram o eixo de Inovação, há uma preocupação da Setur, em sua ação estratégica, em inovar nos serviços prestados ao turista, visando ampliar a tipologia da informação, facilitando o seu acesso através do uso da Internet. Os projetos que compõem esse programa são os seguintes:

Sistema Integrado de Informação Turística

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

Atuando de forma integrada, o sistema fornece informações sobre acessos, hotéis, bares e restaurantes, além de indicadores e estatísticas dos 154 municípios turísticos do Estado. O sistema atende ainda a demanda por informações acadêmicas, solicitadas por estudantes, professores e pesquisadores da área.

Postos de informações turísticas

No contexto da política de relacionamento com o turista, inserem-se também os postos de informações presenciais, na capital e no interior. O desempenho na área de informações ao turista demonstra a importância desses equipamentos para o atendimento e o relacionamento direto com o turista.

Os postos atualmente em operação estão localizados no Aeroporto Internacional de Salvador, no Pelourinho e na Estação Rodoviária de Salvador. A Bahiatursa pretende ampliar esta ação reativando, em convênio com as prefeituras municipais, a implantação e operação de 23 postos de informações turísticas no Estado.

Disque Bahia Turismo

O Disque Bahia Turismo é um serviço oferecido pela Setur e a Bahiatursa com a finalidade de auxiliar o turista a conhecer, através de ligação telefônica, as alternativas para desfrutar de todos os prazeres de que o Estado dispõe. O visitante pode obter diversas informações, a exemplo de hotéis, restaurantes, programação de cinema,

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

O serviço, que dispõe de informações em português, inglês e espanhol, ajuda os turistas na sua localização geográfica e no acesso aos meios de transporte para deslocamentos, dentro e fora do Estado. Oferece também informações dos 154 municípios das 13 regiões turísticas.

Portal de Internet

Roteiros, hotéis, horários de voos, eventos, informações turísticas e acadêmicas, tudo isso está disponível, diretamente ou através de links, no portal www.bahia.com.br. O novo portal oficial de turismo da Bahia funciona como centro aglomerador e distribuidor de conteúdo vinculado ao turismo da Bahia. Trata-se, na verdade, de um instrumento de informação, comunicação e marketing, com foco total nos seus públicos diversos – população local, turistas nacionais e internacionais, investidores, estudantes, pesquisadores e comunidades específicas - que oferece um manancial grande de informações de fácil e rápido acesso.

Eixo Estratégico Qualificação dos Serviços e Destinos

Este segundo eixo possui três vertentes de atuação: a primeira está relacionada à atração de fluxos de turistas com maior poder aquisitivo, ampliando assim o índice de gasto médio do turista, produzindo um maior efeito multiplicador. Este objetivo tem a ver com a segunda vertente que é a atração de investimentos turísticos mais sofisticados, a exemplo de hotéis de alto padrão, pousadas de charme, marinas, campos de golfe e outros atrativos vinculados a esse segmento. A terceira vertente relaciona-se à capacitação profissional e empresarial dos serviços turísticos, e visa melhorar a qualidade dos serviços turísticos através da oferta de cursos voltados para a capacitação profissional e empreendedorismo, promovendo uma maior empregabilidade e geração de renda às populações locais dos destinos turísticos. Neste eixo, são desenvolvidos quatro programas:

- **Programa de Qualificação dos Serviços Turísticos**

O Programa de Qualificação dos Serviços Turísticos, desenvolvido pela Setur, tem por objetivo a capacitação dos recursos humanos envolvidos nessa atividade, valorizando a cultura do turismo para os destinos turísticos do Estado. As atividades realizadas buscam também enfatizar a importância das ações e a contribuição da comunidade para tornar o destino mais competitivo, diferenciado e propulsor de desenvolvimento econômico e social. O programa é desenvolvido através de duas fontes de financiamento: Programa de Desenvolvimento do Turismo - Fortalecimento das Zonas Turísticas – Prodetur Nordeste II, Prodetur Nacional e o Programa de Qualidade dos Serviços Turísticos – Qualificação Profissional e Empresarial do MTur.

O programa de grande peso na inclusão social abrange dois projetos, dirigidos a públicos específicos: Projeto de Qualificação Profissional e Empresarial e Projetos de Qualificação Especial.

- **Programa de Cadastramento e Fiscalização**

A fiscalização e controle de qualidade dos equipamentos e serviços turísticos são também atribuições da Setur e da Bahiatursa, conforme estabelece convênio firmado pelos órgãos estaduais com o MTur. Essas ações são realizadas, periodicamente, em todo o Estado, junto às agências de viagem e turismo, operadoras, transportadoras

turísticas, meios de hospedagem, empresas organizadoras de eventos, guias de turismo e turismólogos. O programa contempla três atividades distintas: Censo Turístico, Cadastramento de Equipamentos Turísticos e a Fiscalização dos Serviços Turísticos.

- **Programa de Qualificação do Destino Bahia**

O Programa de Qualificação do Destino Bahia tem a finalidade de qualificar o turismo baiano, elevando-o a um novo patamar de competitividade, através da mensuração da atividade e do fornecimento de informações ao mercado para a atração de investimentos privados em áreas turísticas. Este programa envolve dois grandes projetos: Projeto de Pesquisas e Estudos Econômicos e o Projeto de Atração de Investimentos Privados.

- **Projeto de Pesquisas e Estudos Econômicos**

Tem a finalidade de levantar informações e indicadores estatísticos que subsidiem os investidores na decisão de instalar equipamentos turísticos na Bahia. Além de contratar pesquisas de turismo receptivo e de atração de fluxo a institutos de pesquisas reconhecidos nacional e internacionalmente, a Setur seguirá investindo em pesquisas próprias de avaliação da qualidade dos produtos e serviços e dos índices de satisfação do público que comparece aos eventos e utiliza os serviços turísticos na Bahia. Essas sondagens têm por finalidade identificar os problemas para possibilitar ações que qualifiquem os destinos turísticos baianos.

- **Projeto de Atração de Investimentos Privados**

Tem o objetivo de desenvolver atividades relacionadas à captação de investimentos privados para o incremento do setor de turismo, através da participação em eventos nacionais e internacionais, quando são divulgadas as oportunidades de investimento no Estado, além do receptivo a investidores, orientando-os quanto às necessidades prévias à implantação de seu negócio. O projeto inclui ainda a divulgação do potencial turístico do Estado em publicações especializadas. Vale ressaltar que estão envolvidos todos os portes de investimentos, desde as médias e pequenas empresas até os grandes empreendimentos, pela sua importância estratégica em “ancorar” um novo destino e induzir a geração de micro e pequenos negócios turísticos, que, por conseguinte, representam também um forte efeito multiplicador.

- **Programa de Implantação de Infraestrutura Turística**

A participação da Setur nas intervenções em infraestrutura pública tem papel importante para a definição da qualidade dos destinos turísticos baianos, vinculadas a propiciar melhores condições de vida às populações residentes nessas áreas. Os recursos desse programa são provenientes do Ministério do Turismo, agentes de financiamento nacional e internacional, emendas parlamentares, Orçamento Geral da União e do Tesouro Estadual e estão voltados para o fortalecimento do turismo no Estado.

Eixo Estratégico Integração Econômica

O programa base deste eixo estratégico é o Programa de Integração Econômica que visa incentivar a produção associada ao turismo, a partir de arranjos produtivos compatíveis com a vocação regional, fortalecendo a atividade do turismo na matriz econômica do Estado. Este programa abrange três grandes projetos: Projeto de

Pesquisa da Produção Associada ao Turismo, Projeto de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Turismo e Projeto de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais. Todos com foco na geração de emprego e distribuição da renda gerada pela atividade turística.

É prática vigente na atividade econômica do turismo no Estado, sobretudo nos grandes hotéis e naqueles localizados fora da capital, a aquisição de grande parte dos insumos, materiais e equipamentos fora do Estado da Bahia. Este plano tem como meta criar as condições necessárias ao fortalecimento de uma rede produtiva nas zonas turísticas e no entorno dos parques hoteleiros da região, incluindo desde o fornecimento de recursos humanos qualificados para construção, manutenção e operação dos empreendimentos, passando pela oferta local de produtos para os empreendimentos turísticos, até materiais para construção, móveis e decoração, cestas de consumo (alimentos, artesanato e outros itens regionais).

- **Projeto de Pesquisa da Produção Associada ao Turismo**

Consta deste projeto a realização de Pesquisa da Cesta de Consumo nos destinos turísticos e da produção local (Produção Associada ao Turismo), que é o passo inicial para gerar subsídios para a articulação dos órgãos governamentais, a fim de dar apoio à implantação de empreendimentos privados mais integrados às economias locais, além de gerar informações aos diversos órgãos governamentais para a atração de investimentos públicos e privados para as regiões.

A pesquisa tem como objetivo principal realizar um diagnóstico da estrutura da oferta dos bens e serviços turísticos e da produção local de 11 Polos Turísticos do Estado. Esse diagnóstico será feito através do dimensionamento e análise das principais características dos equipamentos e empreendimentos turísticos existentes. No caso específico dos meios de hospedagem, será feito também um diagnóstico da estrutura e dimensão do conjunto de insumos e de outros meios de produção consumidos por essa atividade, com identificação da localidade dos seus fornecedores diretos.

- **Projeto de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva**

Nas palavras de Porter (1991, p. 33-44) a cadeia de valores ou cadeia produtiva pode ser entendida como “[...] um sistema de atividades interdependentes, [...] uma reunião de atividades que são executadas para projetar, produzir, comercializar, entregar, e sustentar seu produto”. Ela ocorre tanto no âmbito da empresa como no âmbito de um setor, representada por um conjunto de empresas. A ideia de cadeia de valor (*value chain*) proposta por Porter pretende ser “uma forma sistemática para exame de todas as atividades executadas por uma empresa e a forma como elas interagem e criam, em maior ou menor grau, as vantagens competitivas”.

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

- **Projeto de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais**

Este projeto visa incentivar a produção regional em itens que tenham associação com a atividade do turismo, desenvolvendo novos negócios nos diversos municípios das zonas turísticas, proporcionando o crescimento das oportunidades de emprego, fomentando o empreendedorismo e a geração de renda, a partir de processos produtivos que sejam compatíveis com a vocação regional. A proposta visa alcançar três grandes objetivos: fortalecer a participação do turismo na matriz econômica do Estado; incluir a população local no sistema de geração de riqueza proporcionado pelo turismo; e incentivar a implantação de empreendimentos privados mais integrados às economias locais.

Este projeto promove ainda a articulação entre os agentes econômicos, políticos e sociais, localizados num mesmo território, mas que ainda não apresentam vínculos consistentes de articulação, interação, cooperação e aprendizagem. Nessa articulação estão incluídas empresas produtoras de bens e serviços finais, fornecedores de insumos e equipamentos, prestadores de serviços, comerciantes, clientes e também outras instituições públicas e privadas, voltadas para a formação e treinamento de recursos humanos, pesquisa, desenvolvimento e engenharia, além de promoção e financiamento.

8.1.6 Promoção e Marketing

A Promoção e o Marketing da Bahia vêm sendo trabalhados pela Setur, principalmente através da Bahiatursa, pois representa a forma e o processo de comunicação e marketing para a atração de fluxos turísticos para o Estado. Este papel, historicamente, vem sendo realizado pela Empresa de Turismo da Bahia S.A. - Bahiatursa, órgão responsável pela promoção do turismo baiano, atuando de forma sincronizada com os princípios definidos pelo Governo do Estado e a Embratur. O novo marco conceitual dessa estratégia estruturada pelas características de qualidade, inovação e integração econômica tem, dentre outros, o objetivo de consolidar o posicionamento de destaque da Bahia no competitivo e dinâmico cenário do turismo nacional e internacional.

Ações promocionais junto aos principais polos emissores se articulam com a comunicação, voltados, ambos, para os setores profissionais e o público final.

Assim, vêm sendo criadas campanhas e peças promocionais inovadoras, com o olhar voltado a novos produtos e novos públicos, buscando explorar fortemente a diversidade turística da Bahia, valorizando a preservação de suas tradições, seu patrimônio cultural e natural, ao tempo em que destaca novos produtos e novos serviços.

A estratégia promocional adotada está refletida e percebida no selo promocional utilizado em todas as incursões de promoção regional, nacional e internacional: *Bahia é muito mais!*

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

A configuração territorial já consolidada da divisão do Estado em zonas turísticas permite uma maior visibilidade mercadológica, na medida em que amplia o leque de opções de produtos e roteiros e permite uma identificação facilitada, possibilitando a descentralização e diversificação da oferta existente.

As ações de divulgação e promoção do turismo na Bahia continuarão a ser pautadas, também, considerando a segmentação psicológica e comportamental, através do posicionamento específico, para o qual se tem o mapeamento de motivações de viagem que influenciam a decisão de compra das pessoas por um determinado destino turístico: Sol & Praia, História & Cultura, Turismo Náutico, Turismo Étnico, Turismo Religioso, dentre outros.

8.2 IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

A importância política e estratégica da BTS, tanto para o Estado da Bahia, quanto para o Brasil, é histórica. Desde o período pré-colonial, a região da Baía de Todos-os-Santos - conhecida pelos índios como Kirimuré - aglutinava um grande número de pessoas, em virtude das suas condições naturais favoráveis. Diversas tribos indígenas, pertencentes ao grupo dos Tupinambás, ocupavam as áreas continentais e as insulares, caçando, pescando, extraindo madeira e praticando a agricultura de subsistência.

A partir do estabelecimento da cidade de Salvador, que foi capital do Brasil por mais de duzentos anos (até 1763, quando ocorreu a transferência para o Rio de Janeiro), doações de terras (sesmarias) começaram a ser intensificadas, em direção ao norte (como Garcia D'Ávila), região atualmente conhecida como Litoral Norte, e em direção à Baía de Todos-os-Santos, pelo próprio Tomé de Sousa e pelos governadores-gerais subsequentes.

Na segunda metade do século XX, a BTS foi responsável pelo fornecimento de bens primários para as indústrias do sul, quando, em meados da década de 1970, o Governo do Estado da Bahia criou, na parte norte do Recôncavo, o Centro Industrial de Aratu (CIA), área infraestruturada para receber investimentos a serem atraídos pelos incentivos fiscais administrados pela Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene).

Ainda nos anos 1970, o turismo, como uma forte atividade vocacional, credenciou-se, por conta dos bons resultados no Estado da Bahia, a ponto de posicionar o Estado como o 2º no ranking do Brasil, em 2004. Os esforços registrados nos anos 1990, como uma das prioridades do Governo, recebeu forte impulso dos investimentos públicos realizados na melhoria e ampliação da infraestrutura de apoio, também ancorados no Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE), com uma parcela importante desses investimentos e resultados creditados ao Governo do Estado da Bahia.

Paralelamente, outra vertente de atividades econômicas se desenvolvia. O Governo Federal instalou o Complexo Petroquímico de Camaçari (Copec) para utilizar os subprodutos da refinaria de Mataripe. Mais uma vez consolidou-se uma estrutura profundamente heterogênea, quando novas atividades foram inseridas sem articulação com a cultura dos processos econômicos tradicionais da região. Em poucos anos, foram totalmente reestruturados os espaços do Recôncavo canavieiro. Hoje, a BTS acumula alguns dos principais PIBs do Estado da Bahia (Salvador, São Francisco do Conde e Candeias), sendo responsável por movimentar a economia estadual.

A implantação do Plano Real e a estabilização da economia introduziram novos parâmetros nas formas e decisões de investir. A passagem da economia baiana de monoexportadora agrícola para produtora de bens intermediários constituiu-se em alavanca para mover o perfil produtivo estadual em direção a uma economia produtora de bens finais, mais voltada para o setor terciário.

Mais recentemente, novos empreendimentos como o complexo industrial da Ford, o novo complexo hoteleiro do Litoral Norte, a chegada do segmento calçadista, o Polo de Informática de Ilhéus, a nova fronteira agrícola do Oeste, dentre outros, revigoraram a economia baiana, a ponto de permitir um novo estágio, mais próximo do que se considerava Estado desenvolvido.

Para tornar a Bahia um destino competitivo, o Governo do Estado vem fortalecendo as estruturas de apoio ao desenvolvimento turístico, ao mesmo tempo em que adota uma política promocional agressiva bem-estruturada e sincronizada com os mercados turísticos mundiais, capaz de atrair para a Bahia novos mercados emissores e renomados grupos da hotelaria internacional.

Salvador e a Baía de Todos-os-Santos são extremamente ricos em suas contribuições de um patrimônio imaterial único. Geradas por raízes afro-brasileiras, em uma longa e lenta evolução de cinco séculos, elas fundem trabalho e lazer, religiosidade e imaginação, criatividade e funcionalidade, tornando-se o berço da cultura brasileira: do samba e capoeira à produção literária, do candomblé à gastronomia, não há uma forma isolada de expressão, mas tudo pertence ao mesmo patrimônio único e valioso e não é replicado na mesma dimensão, qualidade e originalidade em qualquer outra parte do Brasil.

Acredita-se que a contribuição da área de patrimônio imaterial e sua cultura viva conduzem a um ambiente cultural no qual a conservação do patrimônio, adaptação e criatividade podem ser combinadas e se tornarem o condutor para uma qualidade de vida melhorada de sua população. Assim, ação para apoiar a indústria da cultura deve focar no aprimoramento da oferta cultural e o usufruto da cultura, baseado na ligação entre patrimônio e cultura viva, com seu dinamismo e criatividade. Desta forma, o programa pretendido deve incluir o patrimônio (material e imaterial), sua conservação e destaque, mas deve ir, além disso, ao máximo que puder sustentar novas formas de expressão e dinamismo cultural.

Do ponto de vista náutico, a Baía de Todos-os-Santos, ao longo da história, demonstrou a sua importância estratégica tanto em termos socioeconômicos como pelo seu posicionamento privilegiado em relação ao comércio internacional e às excelentes condições ambientais de navegabilidade e de abrigo para embarcações.

Reiterando as informações já elencadas, a BTS tem como características básicas um contorno litorâneo de 300 km, com uma área total de 1.052 km² e profundidade de até 42 metros, com visibilidade de mergulho entre 10 e 20 metros. A relevância da Baía de Todos-os-Santos, portanto, é inquestionável para o desenvolvimento do turismo náutico, particularmente devido às condições físicas e ambientais, que são vantagens comparativas e competitivas no cenário globalizado.

Este cenário extremamente favorável abre perspectivas de diversas aspirações para o posicionamento da BTS no turismo náutico nacional e internacional. É possível vislumbrar a BTS como um destino que conserva suas características e modos locais, mas que pode incorporar hotéis, resorts, marinas de alto padrão e outras estruturas de apoio ao turismo especializado.

8.2.1 Estratégia de Criação de um Distrito Cultural e Turístico

A estratégia de criação de um Distrito Cultural e Turístico visa otimizar a utilização de recursos, a organização de oferta e os relacionamentos externos, como marketing e comunicação, dentro de um grupo de instituições culturais pertencentes ao mesmo setor ou localizadas na mesma área. Através dessa união, atividades culturais podem ser realizadas com custos operacionais reduzidos, a exemplo da compra de produtos em grande quantidade, promoção de campanha de comunicação comum, ou produção de catálogos e impressão de materiais em um mesmo centro gráfico.

Trata-se da criação de uma rede ou sistema de instituições culturais, que se baseia no perfil criativo e produtivo de uma região, a partir de características específicas da oferta cultural local. Dentre essas, está a transmissão informal e contínua de conhecimento e habilidades de um grupo de pessoas em uma determinada área.

8.2.2 Características de um Distrito Cultural e Turístico

Distritos culturais e turísticos desenvolvem-se onde há uma produção espontânea e duradoura de cultura original de quem o estilo e o conteúdo estão ligados unicamente a uma área específica. Toda a comunidade participa da evolução de um distrito cultural, e a qualidade artística e cultural emerge de um intercâmbio constante entre seus vários componentes.

O Distrito Cultural e Turístico é a organização mais efetiva de cultura do território quando há uma identidade fortemente visível e uma continuidade difusa de produção de cultura, e isso implica numa participação relevante no processo de tomada de decisão por parte de produtores culturais e da própria comunidade, e um re-equilíbrio simétrico de ação pública, o qual não é mais apontado como diretor da economia, mas como fortalecedor dos estágios frágeis da produção distrital. Isso significa a adoção de um processo de tomada de decisão negociado e compartilhado. Assim que iniciado, o Distrito Cultural e Turístico pode ser suficientemente sustentável em um período curto de tempo.

O Distrito Cultural e Turístico pode exercer um impacto bem forte sobre a oferta e a demanda por cultura; a oferta é certamente beneficiada por um aumento na qualidade e pela oportunidade de ser apoiada quando alguma fraqueza é registrada; a demanda beneficia-se pela ênfase dada à identidade e à qualidade e provavelmente se elevará devido a uma percepção muito maior e a uma evolução de toda a demanda cultural: locais e atividades que podem parecer inadequados isoladamente adquirem um valor muito maior quando interligados com o distrito, onde sua origem é levada em conta, suas conexões com o território e a sua comunidade são enfatizadas, seus produtos adquirem importância, pois seu significado é enriquecido dentro do distrito.

O debate e a prática da economia cultural têm dedicado recentemente sua atenção ao modelo dos distritos culturais. Originados remotamente pelo modelo de distrito industrial, típico de produtores de pequena e média escala de produtos de alta qualidade na experiência italiana, o Distrito Cultural e Turístico descreve apropriadamente situações caracterizadas pelos seguintes elementos:

- a) Especificidade local de produção cultural, a qual está entre os mais poderosos símbolos de identidade local;
- b) Elos próximos entre a comunidade local e a produção cultural, sem distinção formal entre a vida cotidiana e a identidade cultural;

- c) Transmissão informal de conhecimento e habilidade, dentro de relacionamentos econômicos espontâneos e flexíveis no mercado de trabalho;
- d) Competição entre produtores direcionados a aumentar a qualidade, em vez de reduzir o preço; a qualidade depende de contatos com o estilo cultural específico do local;
- e) Estágios comuns de produção, como acesso ao crédito e recursos, promoção de vendas, exportação, comunicação e marketing;
- f) O papel frágil do setor público, principalmente direcionado a compensar fraquezas e elos perdidos na cadeia de valores;
- g) Identificação direta e imediata de produção cultural com o seu território e a busca pela qualidade por parte da demanda cultural.

8.2.3 Operação de um Distrito Cultural e Turístico

Em uma estrutura desse tipo, o ambiente material do Distrito Cultural e Turístico implica a existência de uma infraestrutura física específica: seja uma paisagem cultural, como a da BTS, ou uma rede de prédios monumental pertencente ao mesmo estilo, período ou cultura, como a de Medina, em Fes, Marrocos, ou o Centro Colonial em Pondicherry, Índia, e, no caso da BTS, a cidade de Cachoeira, por exemplo.

Outro elemento do Distrito Cultural e Turístico é a coincidência entre os meios de transportes dos residentes e dos visitantes, o que significa que não há meios especiais, mas os visitantes e residentes conseguem mover-se na infraestrutura física, compartilhando as mesmas ferramentas logísticas.

A produção cultural é percebida em um tipo de ambiente participativo, onde ateliês de pequena escala e relacionamentos pessoais prevalecem; isto significa a ausência de estruturas industriais e a difusão de pequenos ateliês no território.

Produtos culturais estão sujeitos a inovações sutis e contínuas, e isto pode também incorporar evoluções técnicas e tecnológicas. De qualquer forma, eles não são estáticos, mas até certo ponto evoluem com a comunidade local.

O distrito cultural é muito mais do que uma simples ferramenta capaz de tanto reduzir perdas financeiras ou facilitar o consumo, quanto otimizar o uso de recursos; é a estrutura mais apropriada para extrair valor de uma oferta cultural vigorosa, fortemente conectada com suas raízes territoriais.

É comprovadamente inútil nos casos em que não encontramos uma forte identidade cultural, produção cultural contínua e inovadora, produtos culturais de alta qualidade. Aparenta ser o modelo mais efetivo quando tais aspectos já estão presentes, e existe uma ação sistemática focada no fortalecimento de produtores, promovendo suas atividades, devido ao aumento de bem-estar da comunidade local, e à expansão de oportunidades para o turismo cultural compatível e sustentável.

8.2.4 Benefícios de um Distrito Cultural e Turístico

Dentre os vários benefícios que a organização de demanda cultural na BTS como um Distrito Cultural e Turístico é capaz de gerar é certamente um re-equilíbrio substancial entre o setor público e o setor privado. Nos dias de hoje, seus relacionamentos recíprocos são, de certa forma, preconceituosos, já que no setor cultural o setor público está utilizando totalmente seu poder regulatório e é a única instituição capaz de executar ações de impacto geral; e o setor privado é muito poderoso (fundações privadas e corporações produzindo atividades culturais relevantes, sem coordenação

com o resto dos mercados culturais) ou muito fraco (em grande parte há produtores de pequena escala isolados, incapazes de encarar o mercado e exercer qualquer impacto sobre preços e condições de venda).

Finalmente, o Distrito Cultural e Turístico provavelmente exercerá um impacto substancial sobre a economia, dado o desenvolvimento de vários mercados reciprocamente conectados. Por exemplo, assim que a autonomia financeira e operacional de artesãos é fortalecida, direcionando-os para uma organização mais estruturada e permitindo-lhes gravar e distribuir sua produção, isso pode influenciar positivamente uma ampla variedade de profissionais e técnicos, devido ao provável crescimento de comercialização dessa produção. Certamente, esse impacto não é imediato, mas seu crescimento gradual concede sua estabilidade e validade. No longo prazo, a economia local tende a ser muito fortemente influenciada pela operação plena do Distrito Cultural e Turístico.

8.2.5 Impactos sobre a criatividade artística e a produção cultural

Concluindo, o Distrito Cultural e Turístico é a resposta mais efetiva às necessidades de criação e produção cultural quando elas estão estritamente ligadas à identidade de um local determinado. Apesar do rótulo “Distrito Cultural e Turístico” ser usado em uma variedade de significados (incluindo distritos criados pela administração local, ou redes de museus, ou uma mistura entre oferta cultural e itinerários enogastronômicos), deve-se enfatizar que um Distrito Cultural e Turístico é gerado a partir de uma acumulação longa e espontânea de atividades criativas de um local específico, no qual os produtos são de alta qualidade e incorporam os símbolos da identidade local.

Tal característica dinâmica de distritos culturais e turísticos significa que há um processo contínuo de evolução, relacionado a todos os setores criativos envolvidos, que é capaz de induzir a um tipo de intercâmbio entre eles. Nesse caso, o progresso criativo de um setor é tranquilamente transmitido para os outros, em um processo de fertilização recíproca.

A missão principal de um Distrito Cultural e Turístico é então o aperfeiçoamento e apoio de seu processo criativo espontâneo, de forma a consolidar sua evolução e fornecer a artistas criativos e produtores culturais oportunidades reais, ligando suas atividades com a identidade e visões da comunidade local. Em um Distrito Cultural e Turístico não há separação rígida entre arte e vida, e as atividades criativas são continuamente alimentadas por percepções, expectativas e perspectivas da comunidade residente.

Tal processo evolucionário em atividades criativas e culturais também representa uma forte ligação entre formas tradicionais e inovadoras de arte e cultura, as quais podem fortalecer um e outro, contribuindo para o desenvolvimento, especificação de raízes da identidade local e, ao mesmo tempo, para seus desenvolvimentos futuros. Desta forma, a música tradicional e o setor audiovisual, assim como a produção artesanal e criação de *design*, estão reciprocamente ligados: a identidade única do distrito cultural está longe de ser uma característica estática, já que é mais uma identidade viva. Sua linguagem é capaz de evoluir continuamente e absorver ideias criativas emergentes, novos setores produtivos e mudança tecnológica.

8.2.6 Distrito Cultural e Turístico da Baía de Todos-os-Santos

A estratégia foca no destaque do valor da cultura baiana existente na região da BTS, material e imaterial, e de forma a obter o máximo dela:

- a) Desenvolver a indústria cultural;
- b) Permitir que a comunidade residente aproveite adequadamente sua identidade cultural própria e reconheça seus valores culturais próprios através da riqueza e variedade de sua indústria cultural;
- c) Permitir a turistas culturais basear suas visitas a Salvador e à Baía de Todos- os- Santos, na necessidade de experimentar, compartilhar e entender as características da identidade baiana;
- d) Diversificar o portfólio de produtos turísticos atuais, incluindo produtos culturais e turísticos de alta qualidade.

Tal estratégia deve então considerar os seguintes aspectos:

a) Patrimônio construído como suporte de infraestrutura da experiência previamente realizada. É a rede de lugares, monumentos e espaços nos quais a cultura baiana é criada, produzida, exibida e trocada; desta maneira, prédios coloniais, igrejas barrocas, praças, terreiros e áreas urbanas são autônomos, mas interligados entre si. Cada um deles é capaz de descrever aspectos específicos da cultura baiana, mas apenas experimentando toda a rede, residentes e visitantes podem ter um retrato completo e entender de maneira geral seu valor único;

b) Patrimônio imaterial como objeto de interesse e fonte de experiência; suas várias expressões serão capazes de trazer consumidores culturais (ambos residentes e visitantes) de volta às raízes da cultura baiana e, ao mesmo tempo, mostrar-lhes a evolução e as características atuais de sua heterogênea, mas consistente cultura; as várias formas de patrimônio imaterial serão o foco de espaços culturais onde produção cultural e intercâmbios ocorrerão, representando polos importantes de desenvolvimento para a economia local: enquanto o patrimônio construído sozinho exerce um impacto limitado sobre a oferta cultural e turística na área, a indústria cultural é capaz de ativar uma resposta extensa de produtores;

c) Comunidade local como o principal ator da cultura baiana significa a necessidade de uma integração estável e compatibilidade com o turismo interno e externo; por outro lado, uma forte preferência deve ser direcionada ao tipo de turista cultural, que tende a experimentar um local e sua cultura em sua disposição natural, sem procurar por qualquer efeito especial. Desta forma, a demanda do turista cultural inclui a comunidade residente, a qual é capaz de dar informação substancial sobre a cultura local e sobre o turismo cultural na área de Salvador e da Baía de Todos-os-Santos.

Esses elementos devem ser considerados em conjunto como partes indispensáveis de qualquer processo de crescimento sustentável de demanda e oferta culturais e de turismo cultural na área de Salvador e da Baía de Todos-os-Santos.

A complexidade da cultura baiana e de suas características, como apresentadas em Salvador e na área da Baía de Todos-os-Santos, requer uma estrutura organizacional sólida e flexível, de modo que a estratégia para o desenvolvimento sustentável do turismo cultural seja implementada efetivamente. As lições aprendidas de experiências estrangeiras não podem ser automaticamente copiadas: elas nos oferecem uma importante abordagem metodológica, já que apontam os erros mais frequentes gerados pela vontade de atrair o turismo de massa, devido à sua relevância dimensional. E elas mostram estratégias efetivas, baseadas na combinação respeitosa das necessidades e dos direitos locais, de um lado, e expectativas externas, de outro. Tanto a comunidade local quanto a experiência de turistas culturais buscam a preservação e implementação da identidade cultural e consistência locais.

Neste sentido, a estratégia deve primeiramente desenvolver-se junto com uma visão completa de recursos culturais e deve elaborar um quadro efetivo capaz de conectá-los dentro de uma identidade única, mas ao mesmo tempo permitir a cada um crescer autonomamente dos pontos de vista cultural e gerencial. A mera organização de itinerários culturais, rotas ou redes aparentam ser insuficientes, já que se dirigem parcialmente às questões de sustentabilidade, participação, capacidade, criatividade e iniciativa. Apenas oferece alguns poucos locais “passivos” e atividades para um visitante estático e não envolve a comunidade local, mas apenas um seleto número de atores culturais e turísticos.

A estratégia apropriada é combinar a autonomia de recursos individuais e consistência com a identidade baiana, dentro de uma estrutura de extração recíproca de valores por parte do patrimônio construído, patrimônio imaterial e participação ativa dos residentes. A perspectiva da oferta deve focar na otimização dos esforços materiais, técnicos e financeiros dos vários produtores culturais e, também, com a intervenção efetiva por parte de instituições públicas, privadas e sem fins lucrativos. Na perspectiva da demanda, deve focar no fornecimento, aos visitantes em potencial, de uma visão clara e consistente, por exemplo, imagem e reputação de Salvador e da Baía de Todos-os-Santos como o berço da cultura afro-brasileira e como um lugar onde um mix único de produtos criativos pode ser entendido em sua integridade. Em termos gerenciais, isso significa uma estrutura leve e flexível, capaz de promover projetos culturais e atividades com linhas de direção claras e com suporte técnico.

A estratégia, no entanto, deve estar focada sobre as áreas de Salvador e Baía de Todos-os-Santos como um complexo, mas consistente como local, onde várias formas da cultura baiana são exibidas, representadas e apresentadas, mostrando seu conteúdo heterogêneo e sua identidade homogênea. O turista cultural potencial sentirá a cultura baiana viajando na Baía de Todos-os-Santos, atravessando polos de criação e produção cultural, enraizada em cada lugar e gerenciada pelas comunidades locais. Obviamente, o Pelourinho e o Centro Histórico de Salvador não perderam seu poder de atração; a estratégia proposta aqui, simplesmente, está focada na necessidade de um patrimônio distribuído de uma maneira mais justa, de modo que qualquer processo de crescimento baseado no turismo cultural se comprove sustentável e difunda seus benefícios a uma área territorial e nível social mais abrangente.

Desta forma, e diante da perspectiva de uma ação estratégica sinérgica entre cultura e turismo, este relacionado às atividades náuticas, a Setur entende também ser esta forma de atuação na BTS a melhor forma de introduzir no seu processo de desenvolvimento o conceito dos três eixos do desenvolvimento turístico da Bahia, contidos em seu Plano Estratégico 2007-2016: Inovação do Produto, Qualificação dos Serviços e Destinos e Integração Econômica do Turismo, incentivando a produção associada.

8.3 TURISMO CULTURAL ÉTNICO-AFRO NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Com o intuito de consolidar o segmento do turismo cultural étnico-afro na Bahia, a Setur lançou, em março de 2010, uma publicação intitulada “Turismo Étnico-Afro na Bahia” que, por sua vez, apresenta riqueza e diversidade de elementos culturais, presentes na Bahia, que podem ser mais bem aproveitados pelo turismo; estabelece também dimensões e eixos estruturantes.

O turismo cultural étnico-afro constitui-se em um nicho do segmento do turismo cultural e compõe-se das atividades turísticas decorrentes da vivência de experiências autênticas, em contato direto com os modos de vida e a identidade dos grupos étnicos.

Nesse tipo de turismo busca-se estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais atividades podem se articular como uma busca pelas próprias origens do turista, em um retorno às tradições de seus antepassados.

Na Bahia, o turismo cultural étnico-afro envolve as comunidades representativas das comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores em seu modo de vida, saberes e fazeres.

O turismo cultural étnico-afro para a BTS procura contemplar em sua estratégia todas as dimensões, sejam elas turísticas, sociais, históricas e culturais específicas, tendo sempre no horizonte a integração econômica da população afrodescendente na geração de emprego e renda proporcionados pelo turismo. Adota como eixos estruturantes: mercado, produto, promoção, qualificação, investimentos e providências operacionais.

8.4 TURISMO NÁUTICO NA BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

A relevância da Baía de Todos-os-Santos é inquestionável para o desenvolvimento do turismo náutico, particularmente devido às condições físicas e ambientais que são vantagens comparativas e competitivas no cenário globalizado. Este cenário extremamente favorável abre perspectivas de diversas aspirações para o posicionamento da BTS no turismo náutico nacional e internacional. É possível vislumbrar a BTS como um destino que conserva suas características e modos locais, mas que pode incorporar hotéis, resorts, marinas de alto padrão e outras estruturas de apoio ao turismo especializado.

Com base na análise SWOT e no desejo expressado pelos atores relacionados à náutica na BTS, observados e apontados durante o processo de elaboração do Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, é recomendado que o turismo na Baía de Todos-os-Santos seja concebido para um multidestino que concilia diversos segmentos e motivações para a atividade, com estruturas de apoio ao turista e serviços de alto padrão de qualidade, capazes de conquistar o reconhecimento nacional e internacional.

A visão de futuro proposta pelo Plano Estratégico para o Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos é:

A Baía de Todos-os-Santos será reconhecida como um dos principais destinos de turismo náutico do mundo, apta a competir no mercado nacional e internacional, garantindo a excelência dos serviços e o respeito ao meio ambiente e ao patrimônio cultural, cujos benefícios socioeconômicos serão revertidos para a comunidade local, empresários, sociedade civil organizada e instituições públicas.

Objetivos

Os macro-objetivos e objetivos específicos foram definidos em consonância com as possibilidades de posicionamento da região, sem perder de vista a necessidade de ações que tenham um impacto positivo no bem-estar da população local e na melhoria da qualidade da experiência do visitante. Na prática, o turismo náutico, por suas

próprias características, gera empregos, distribui renda e melhora a qualidade de vida das regiões onde é implementado.

Objetivos gerais:

- Desenvolver o turismo náutico na BTS, articulando as atividades de lazer, esporte, indústria e serviços inerentes ao setor;
- Ampliar e aprimorar os benefícios socioeconômicos gerados pelos recursos do turismo náutico para a comunidade local, empresários, sociedade civil organizada e visitantes.

Objetivos Específicos:

- Desenvolver as potencialidades do turismo náutico da BTS;
- Estimular o uso responsável dos recursos naturais e culturais da região;
- Apoiar a ampliação da oferta de produtos e serviços de turismo náutico;
- Ampliar e melhorar a infraestrutura de turismo náutico;
- Atrair e fomentar investimentos privados para a região;
- Promover a inclusão da população local nas atividades;
- Investir na capacitação empresarial e profissional para o segmento náutico;
- Estimular a cadeia produtiva local associada ao turismo náutico.

Eixos Estratégicos

Os eixos estratégicos foram elaborados tendo como base as informações levantadas durante as entrevistas, reuniões de Grupos Focais, Seminário Técnico de Planejamento, Fórum Náutico, além das fontes documentais secundárias e a segmentação do mercado náutico, identificada no mix de produtos e serviços.

Os atores do segmento apontaram a definição de três eixos estratégicos, que incorporam todas as necessidades de intervenções que impactam o desenvolvimento da atividade náutica. Estas três linhas de atuação são interdependentes e complementares na medida em que é necessário fomentar o investimento e criar uma estrutura para gestão desses investimentos e das ações correlatas ao setor. Estes três eixos integram o meio ambiente, infraestrutura, segurança, equipamentos náuticos, além dos segmentos de turismo náutico e de outras ações que interferem no setor. São eles:

Fomento - reúne as ações de articulação e apoio à ampliação da oferta integrada de serviços, as ações de comunicação e promoção da Baía de Todos-os-Santos como destino náutico e as parcerias e alianças para o desenvolvimento do setor.

Investimento - engloba as ações específicas de investimentos públicos que deverão ser viabilizadas pelo Estado e municípios, contando ainda com o suporte técnico e financeiro do Governo Federal. Refere-se ainda à compatibilização e apoio aos investimentos privados atraídos pela região.

Gestão - diz respeito aos recursos organizacionais - materiais, imateriais e terceirizados – diretamente ligados ao funcionamento do modelo de gestão a ser adotado pelo Distrito Cultural e Turístico da BTS. Este modelo deverá, ainda, abranger e articular os diversos atores do segmento numa estrutura de compartilhamento das decisões, fomento à participação da sociedade e democratização das ações, integrando-se a políticas globais e definindo questões específicas, em consonância com as linhas estratégicas previstas.

No eixo fomento, algumas ações já foram iniciadas, como a adequação das linhas de financiamentos a investimentos privados do setor náutico, promovendo articulação com as instituições públicas de crédito, visando à criação/aperfeiçoamento de linhas de crédito e incorporando regras específicas para o setor náutico, seja para empreendimentos industriais, turísticos ou esportivos.

Além disso, o Governo do Estado concedeu uma série de incentivos para desenvolver o segmento em território baiano. Através de decreto, ficou estabelecida a isenção total do ICMS na produção de embarcações de recreio ou esporte no Estado. Também foi concedida redução da carga tributária para 7% na comercialização desses mesmos tipos de embarcações produzidas em território baiano.

A produção de componentes, partes e peças de produtos ligados à náutica de lazer, realizada também com isenção do ICMS. O decreto beneficia ainda com isenção do ICMS por um período de cinco anos, a importação de embarcações de recreio ou esporte adquiridas por empresas prestadoras de serviços de *charter* e turismo.

Os incentivos produziram efeitos imediatos. Duas empresas francesas já anunciaram a instalação de bases de *charter* na BTS, a Creocan e a Dream Yacht Charter (DYC), segunda maior corporação de *charter* náutico do mundo em volume de operações, também considerada pelos especialistas a de melhor padrão.

Paralelamente, a Secretaria de Turismo iniciou um levantamento de áreas públicas e dos incentivos fiscais municipais que podem ser concedidos a empreendimentos privados em hotéis, marinas, bases de *charter* e estações náuticas que se instalem na região, estabelecendo, inclusive, a vocação natural de cada área municipal para atividades subaquáticas e náutico-recreativas.

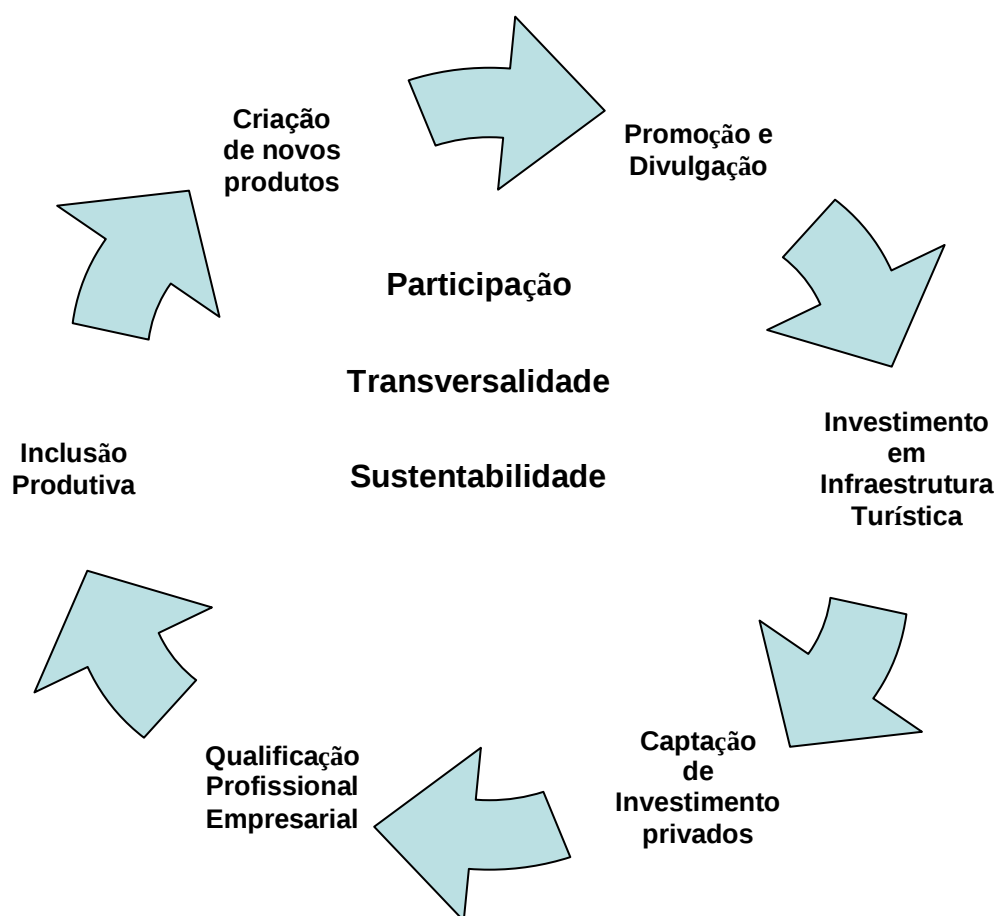
Do ponto de vista do eixo gestão, constitui-se como uma das atribuições do Distrito Cultural e Turístico (DCT), a implantação de um modelo de organização (comitê ou associação) específica de articulação do turismo náutico entre entes públicos e privados, com vistas a estabelecer diretrizes, normas e padrões da atividade náutica na BTS, gerir e garantir a qualidade do serviço prestado, além de identificar as necessidades de qualificação profissional e capacitação empresarial no segmento náutico e realizar promoção conjunta dos empreendimentos vinculados às atividades náuticas e recreativas, a exemplo das estações náuticas - empresas de atividades e esportes náuticos que têm a finalidade de oferecer experiências recreativas e náuticas aos visitantes.

Trata-se, na verdade, da gestão da atividade econômica induzida, que se produz a partir da construção de infraestrutura náutica, dos serviços de venda e aluguel de embarcações, manutenção e reparação de embarcações e equipamentos locais de ancoragem e da promoção de grandes eventos esportivos.

Como todas as ações previstas no Prodetur Nacional Bahia, o desenvolvimento do turismo náutico envolve ações diversas, mas trabalhadas de forma articulada, integrada e interdependente: ações de qualificação do destino, através da implantação de infraestrutura pública e da captação de investimentos privados mais integrados às economias locais; ações de capacitação profissional/empresarial das populações locais; ações de inclusão produtiva das populações; ações de inovação, por meio da formatação de novos produtos, segmentos, serviços e roteiros; e ações de promoção e divulgação dos produtos e do destino turístico. Todas as ações partem do conceito de sustentabilidade e envolvem a participação das comunidades e entidades

representativas dos movimentos sociais e do trade turístico, com mostra a figura abaixo:

FIGURA 09 - AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NÁUTICO



8.5 QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E CAPACITAÇÃO EMPRESARIAL

Entre 2007 e 2010, a Secretaria de Turismo desenvolveu um amplo programa de qualificação profissional e capacitação empresarial, beneficiando, em todo o Estado, mais de 11 mil pessoas.

A qualificação profissional e empresarial é uma ação fundamental para o desenvolvimento do turismo na Baía de Todos-os-Santos. A região conta com extensa rede de pequenos empreendimentos turísticos, distribuídos nos municípios ao redor dessa baía e que atuam de forma amadora e com mão de obra despreparada para o atendimento a um fluxo de turismo mais exigente e qualificado.

Considerando a vocação regional e o potencial de crescimento do turismo, não somente em Salvador, como em toda a região, justifica-se a implantação de uma Escola de Formação Profissional que realizará a educação continuada para o turismo. Este projeto deverá beneficiar os *stakeholders* do turismo, notadamente os trabalhadores, os profissionais autônomos e empregadores.

A qualificação para o turismo poderá contribuir para a redução do desemprego e inserção da população local no mercado de trabalho, estimando-se a abertura de

novas possibilidades de ocupações diretas ou associadas aos fornecedores dessa cadeia produtiva.

O apoio à implantação de equipamentos e roteiros especializados também deverá integrar o processo de qualificação para o turismo nessa zona turística. A Setur vai construir e implantar um **Hotel-Escola**, no município de Cachoeira, que contará com parceiros como o Sebrae e o Senac, dentre outros.

Além da qualificação profissional e empresarial voltada para o receptivo turístico, o programa prevê também a capacitação em habilidades específicas, como a náutica, a culinária e a produção artesanal de roupas, bordados, cerâmica e entalhes em madeira, visando ao aprimoramento da vocação já existente, com vistas à exportação dos produtos. Inicialmente, o programa já prevê alguns cursos de qualificação que foram indicados pelos levantamentos e mapeamentos já realizados. Mas a proposta é formatar novos cursos, a partir das demandas apontadas no estudo para implantação do Programa de Integração Econômica para a BTS.

8.6 GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

O Programa de Integração Econômica do Turismo na BTS visa incentivar a produção regional associada ao turismo e ao desenvolvimento de negócios, nos 18 municípios da zona turística, proporcionando o crescimento das oportunidades de emprego e a geração de renda, a partir de processos produtivos que sejam compatíveis com a vocação regional, com vista a alcançar os seguintes objetivos:

- Inserir o turismo na matriz econômica do Estado;
- Incluir a população local no sistema de geração de riqueza proporcionado pelo turismo;
- Implantar empreendimentos privados mais integrados às economias locais;
- Estruturar a cadeia produtiva associada ao turismo;
- Subsidiar com informações e promover a articulação dos órgãos governamentais para a implantação de Arranjos Produtivos Locais (APLs).

O programa envolve três grandes projetos e dois projetos-pilotos especiais: Pesquisa da Estrutura de Consumo dos Equipamentos Turísticos e da Produção Local (Produção Associada ao Turismo), já iniciada através de convênio com o MTur; o Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais e o Projeto de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Turismo.

Esses projetos perpassam e se integram a todos os outros programas, projetos e ações da Setur/Bahiaturisa e estão intimamente vinculados aos programas e projetos dos outros dois eixos e aos princípios que norteiam a Estratégia Turística da Bahia: sustentabilidade, gestão participativa e inclusão social.

Por exemplo: ao Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais inserem-se ações de capacitação profissional/empresarial das populações locais; de qualificação do destino, através da implantação de infraestrutura pública e da captação de investimentos privados mais integrados às economias locais; de inovação, por meio da formatação de novos produtos, segmentos, serviços e roteiros; e de promoção e divulgação do destino turístico. Todas as ações partem do conceito de sustentabilidade e envolvem a participação das comunidades e entidades representativas dos movimentos sociais e do trade turístico.

8.6.1 Base conceitual

Os projetos de integração econômica e inclusão produtiva têm como base teórica o conceito de desenvolvimento local endógeno, que se apoia na ideia de que as localidades e territórios dispõem de recursos econômicos, humanos, institucionais, ambientais e culturais, além de economias de escalas não exploradas, a exemplo do turismo, que se constituem no seu potencial de desenvolvimento.

Nesse sentido, as estratégias e as iniciativas de desenvolvimento local devem perseguir esse objetivo comum, estimulando a diversificação da base econômica local, através do associativismo e cooperativismo e do surgimento e expansão de micro e pequenas empresas.

O conceito abrange também uma compreensão mais ampla do papel do território no processo de desenvolvimento local. Nessa concepção, que parte da definição do geógrafo Milton Santos para espaço geográfico, o território deixa de ser apenas um suporte dos recursos e atividades econômicas para atuar como ator inteligente deste processo. Ou seja, o espaço é indivisível dos seres humanos que o habitam e o modificam todos os dias, através da sua tecnologia. O espaço é, ao mesmo tempo, segundo Santos, forma e função, “um conjunto de objetos e um conjunto de ações”.

O desenvolvimento local endógeno é, portanto, um processo de crescimento econômico e de mudanças de paradigmas, liderado pela comunidade local ao utilizar seus ativos e suas potencialidades com vistas à melhoria da qualidade de vida da população e à preservação do meio ambiente.

Os conceitos de empoderamento e fortalecimento da comunidade são essenciais para a compreensão do desenvolvimento local, porque contemplam os valores de:

- Autonomia;
- Democracia;
- Dignidade da pessoa;
- Solidariedade;
- Equidade;
- Respeito ao meio ambiente.

Nesse contexto, as estratégias de apoio ao desenvolvimento local/territorial devem prever os seguintes eixos:

- Construção de capital social;
- Fomento adequado às associações, cooperativas e aos micro e pequenos empreendimentos;
- Fortalecimento da governança local através da cooperação, da construção de parcerias e da pactuação de atores por um projeto coletivo de desenvolvimento com mais equidade a micro e pequenos empreendimentos, que são responsáveis pela maior parte da produção, da geração de renda e da criação das oportunidades de trabalho para a população.

Todos esses componentes decisivos devem ser contemplados numa política ajustada aos diferentes contextos territoriais. As fórmulas agregadas e centralistas não são as mais apropriadas, por serem ineficientes e ineficazes no contexto do novo paradigma da gestão flexível.

Conclusão

As estratégias apontadas reforçam a necessidade de uma atuação articulada e integrada, envolvendo setor público, privado e a sociedade. É recomendada a elaboração de estudos de possibilidade de parcerias público-privadas, principalmente para as ações que requerem maior investimento de capital, mas, para isso, é necessário que a ação do governo nas questões básicas de criação de infraestruturas, qualificação, ações de proteção ambiental e valorização da cultura local aconteçam.

É importante estar atento ao *timing* que o setor náutico requer. Este é um momento significativo da náutica no mundo; diversos países como a Croácia, Portugal e Espanha, estão à frente da Bahia/BTS, já tendo começado a criação de infraestruturas e promoção do turismo náutico há mais de 10 anos.

Mesmo assim, não é demasiado afirmar que diante das condições naturais, culturais e históricas inerentes à Baía de Todos-os-Santos, é viável que esta venha a assumir uma posição de destaque no turismo náutico internacional. O cenário é favorável, uma vez que já existe uma mobilização do setor público, o setor privado está ávido por ações de desenvolvimento da náutica, e a sociedade mostra-se receptiva ao fomento das atividades. Espera-se que o Prodetur Nacional crie as condições necessárias à inserção desse polo turístico nos mercados nacional e internacional, a partir da estruturação do turismo náutico e cultural.

9 ANÁLISE DO ARRANJO INSTITUCIONAL

A transversalidade das ações de governo em prol do desenvolvimento turístico é uma premissa essencial ao sucesso de implementação de qualquer estratégia relacionada a essa atividade. Este fato se deve à multissetorialidade do turismo que, para que se obtenham resultados concretos, requer a participação e interação de diversos setores governamentais. Entende-se, dentre as áreas de governo que necessitam interagir, aquelas vinculadas à Segurança Pública, Cultura e Meio Ambiente, como também pelas de Infraestrutura, Trabalho, Esportes, Educação, Indústria, Comércio e Agricultura (Estratégia Turística da Bahia – “O Terceiro Salto” 2007-2016).

Neste sentido, o Governo da Bahia cria a Secretaria de Estado de Turismo – Setur, por intermédio da Lei nº 10.549, de 28/12/2006, tendo como finalidade planejar, coordenar e executar políticas de promoção e fomento ao turismo, conforme o art. 1º do seu regimento interno, publicado no Diário Oficial de 20 e 21 de outubro de 2007, o que elevou o turismo ao grau de atividade estratégica no cenário econômico estadual. Compete à Secretaria de Turismo formular diretrizes, coordenar ações, atrair recursos, realizar pesquisas, fiscalizar o cumprimento da legislação e incentivar a inclusão da identidade cultural baiana, visando ao desenvolvimento do turismo no âmbito estadual, em consonância com o Plano Nacional de Turismo – PNT.

Na sua estrutura organizacional, a Setur abriga órgãos da administração direta e da indireta. A Secretaria situa-se no âmbito da administração direta ou centralizada, juntamente com as suas duas superintendências, a Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos (Suinvest) e a Superintendência de Serviços Turísticos (Suset). No âmbito da administração indireta ou descentralizada, está a Empresa de Turismo da Bahia S/A, a Bahiatursa. (Site Setur).

Entre os pilares sobre os quais se baseia o PNT e a Política de Turismo do Estado da Bahia estão previstas ações de gestão descentralizada, da interiorização e da segmentação da atividade turística.

Para realizá-las, a Secretaria de Turismo coordena, de forma articulada, as instâncias e os trabalhos desenvolvidos pelo Fórum Estadual de Turismo, Conselhos dos Polos Turísticos e pelas Câmaras Setoriais.

Dessas instâncias participam representantes de órgãos públicos, estaduais e municipais, *clusters* e entidades da sociedade civil organizada. (Site Setur).

Esse universo de agentes relacionados ao turismo tem promovido a realização de diversos fóruns de discussão e deliberação sobre a Política Nacional do Turismo e seus desdobramentos, nas diferentes escalas territoriais do país.

Através do Conselho Nacional de Turismo, do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e dos Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo nas 27 Unidades da Federação, representantes de diversas instituições brasileiras vêm participando desse processo de gestão descentralizada.

Algumas questões relevantes na Bahia dizem respeito à necessidade de envolvimento das comunidades na proteção ambiental dos seus ativos naturais e de sua cultura, tangível e intangível. A proposta é a de fomentar a tomada local de decisões relativas a esses temas, através de instituições estruturadas e capacitadas, que sejam representativas das comunidades locais na área de influência, além da participação de

membros da comunidade que possam servir como defensores de questões de seu interesse.

Trata-se da democratização de oportunidades e benefícios e a configuração de um novo modelo de implantação de projetos, centrados em co-responsabilidade, organização e participação comunitária, aprofundando e valorizando a arquitetura institucional da gestão descentralizada do turismo, implantada pelo Governo Federal.

9.1 INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA

9.1.1 Fórum Estadual de Turismo da Bahia

Instância criada com o objetivo de descentralizar as ações definidas na Política Nacional de Turismo e ordenar as demandas dos estados e municípios. Na Bahia, é composto por membros indicados e eleitos do Poder Público Federal, Estadual e Municipal, Comunidade Científica, Setor Privado e Terceiro Setor, em um total de 80 titulares e 38 suplentes, o que indica uma forte presença do setor do turismo.

Presidido pelo Secretário de Turismo, constitui-se em um poderoso instrumento de participação, acompanhamento e controle social das atividades governamentais no turismo, bem como instância de validação e articulação do turismo da Bahia, comum às instâncias federais de governança na área.

Os temas que vêm sendo discutidos versam sobre a articulação do turismo com os setores da segurança pública, combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, turismo para a terceira idade, qualificação profissional e empresarial, terceirização dos Centros de Convenções, dentre outros que necessitam de articulação interinstitucional para que possam promover o ganho de competitividade que a Setur busca na sua estratégia.

O Fórum tem uma periodicidade de reuniões trimensais, reunindo todos os polos turísticos do Estado da Bahia para discussão, análise e aprovação de projetos nas diversas áreas turísticas.

9.1.2 Conselhos dos Polos Turísticos

Outro importante espaço de discussão e exercício de um modelo de gestão participativa constitui-se nos Conselhos dos Polos Turísticos, onde a participação alia-se à co-responsabilidade entre a sociedade civil organizada, trade turístico e governos federal, estadual e municipal. Estas estruturas de governança contam com a participação média de 35 titulares e 25 suplentes em cada Conselho, onde exercem atividades de planejamento, deliberação e viabilização das ações que têm como foco o desenvolvimento do turismo sustentável nos municípios integrantes dessas regiões, inclusive apoiando e acompanhando a execução das ações de investimentos públicos e privados.

Dentre as ações já desenvolvidas, no âmbito dos Conselhos constituídos, têm-se, principalmente, aquelas que objetivaram a eleição dos conselheiros membros; discussão do Regulamento do Conselho e do Regimento Interno; definição de ações prioritárias para financiamento por meio do Prodetur II; convalidação dos Planos de Desenvolvimento do Turismo Sustentável - PDITS; apresentações de projetos a serem executados pelo Governo do Estado e Programa Prodetur II para os Polos Turísticos, dentre outras.

9.1.3 Câmara de Turismo do Polo Baía de Todos-os-Santos

Subdivisão de um conselho, a câmara é criada para dar autonomia e agilidade ao polo turístico, observada a abrangência geográfica da região turística. No caso do polo Turístico da Baía de Todos-os-Santos, área objeto deste estudo, a instância de governança é a Câmara de Turismo, uma vez que o Conselho do Polo Salvador e Entorno engloba também o polo Costa dos Coqueiros, Litoral Norte do Estado.

A Câmara tem uma dinâmica de reuniões mensais ordinárias e extraordinárias, composta pelos municípios integrantes do polo, pela iniciativa privada e pela sociedade civil organizada, podendo a mesma convocar alguma instituição do poder público estadual específico para prestar esclarecimentos técnicos sobre determinado projeto sob sua análise.

Neste sentido, a Câmara tem por objetivo o planejamento e monitoramento de ações específicas direcionadas para o desenvolvimento do turismo do polo, levando em conta a articulação e complementaridade das ações que já estão sendo desenvolvidas por diversas instituições, a exemplo da Setur/BA, Sebrae e do Conselho Regional de Desenvolvimento conduzido pela Seplan/BA.

Seguindo a orientação do Ministério do Turismo e da política de descentralização das decisões, os projetos a serem implantados no polo devem ser submetidos à apreciação e recomendação da Câmara de Turismo do polo, para posterior apresentação e aprovação do Fórum Estadual de Turismo, condicionante à captação de recursos públicos e licenciamentos diversos.

9.2 PARCEIROS EXECUTORES

A Setur, tendo como finalidade planejar, coordenar e executar políticas de promoção e fomento ao turismo, não prevê em seu regimento interno a execução de obras de infraestrutura pública, as quais são necessárias à formatação de um destino turístico, como também à captação de investimentos privados para a região turística.

Desta forma, o arranjo institucional de gestão do turismo no Estado da Bahia conta com o apoio dos diversos órgãos públicos estaduais, quando da execução dos programas de desenvolvimento turístico que são integrados, em sua maioria, por ações que necessitam de obras de saneamento básico, urbanização, terminais e atracadouros, rodovias, recuperação de patrimônio histórico e ambiental, ou até mesmo outras ações que alavancam a atividade turística, a exemplo do esporte e ações de segurança pública, cada um atuando em sua área específica e de acordo com suas competências legais.

Dentre os parceiros executores podemos destacar: Bahiatursa; Conder; Derba; Embasa; Ipac; Sudesb; Sema; e a SSP, todos com representação nos conselhos de turismo dos polos.

BAHIATURSA

A Bahiatursa – Empresa de Turismo da Bahia S/A - é uma empresa de economia mista, vinculada à Secretaria de Turismo, sendo responsável pela divulgação e promoção turística da Bahia, no Brasil e no exterior.

Atuando de acordo com as políticas públicas do Governo Federal – Plano Nacional do Turismo – e do Governo do Estado, a Bahiatursa exerce um papel fundamental na

atração e ampliação do fluxo turístico regional, nacional e internacional; na captação de voos regulares e *charters*; e no fortalecimento de alianças e parcerias com o trade turístico, instituições acadêmicas, ONGs, entidades de fomento e diversos órgãos do poder público.

É também a responsável pela administração e comercialização do Centro de Convenções da Bahia (Salvador), de Ilhéus e Porto Seguro e dos Postos de Informações Turísticas do Pelourinho (SAT), Aeroporto, Rodoviária e Mercado Modelo. www.bahiatursa.ba.gov.br

CONDER

A Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia – Conder é uma empresa pública com personalidade jurídica de direito privado, patrimônio próprio, autonomia administrativo-financeira e vinculada estruturalmente à Secretaria de Desenvolvimento Urbano. A Conder foi criada pela Lei Delegada nº 8, de 9 de julho de 1974, modificada pela Lei nº 7.435, de 30 de dezembro de 1998. Com relação à organização geral, é regida, administrada e fiscalizada por uma Assembleia Geral, um Conselho de Administração, um Conselho Fiscal e uma Diretoria Executiva.

A Conder tem por finalidade promover, coordenar e executar a política estadual de desenvolvimento urbano, metropolitano e habitacional do Estado da Bahia e, dentre os seus objetivos sociais, destacam-se o de estudar, formular e implantar planos, programas e projetos para o desenvolvimento urbano e metropolitano e de habitação de interesse social do Estado, bem como planejar, programar, coordenar e controlar a execução de serviços de interesse urbano e metropolitano, promovendo a sua unificação, integração e operação. www.conder.ba.gov.br

DERBA

O Departamento de Infraestrutura de Transportes da Bahia – Derba é uma autarquia do Governo do Estado da Bahia, criado pela Lei nº 7.314, de 19 de maio de 1998, vinculado à Secretaria de Infraestrutura – Seinfra. Em 17 de abril de 2002, foi sancionada a Lei nº 8.250, oficializando a reestruturação do Derba, devidamente regulamentada pelo Decreto nº 8.271, de 20 de junho de 2002.

Apesar de manter a sigla Derba (antigamente era conhecida como Departamento de Estradas e Rodagens), passou a denominar-se Departamento de Infraestrutura de Transportes da Bahia, incorporando às suas atribuições a construção e a administração dos terminais rodoviários, hidroviários e aeroviários do Estado. É responsável pelo gerenciamento do sistema estadual de transportes que, além das centenas de terminais modais, conta com uma rede de mais de 20.000 km de rodovias estaduais, além de apoiar a conservação dos sistemas municipais, com aproximadamente 90.000 km, distribuídos em uma área de 560.000 km². www.derba.ba.gov.br

EMBASA

A Empresa Baiana de Águas e Saneamento S.A. – Embasa é uma sociedade de economia mista de capital autorizado e pessoa jurídica de direito privado. O Governo do Estado da Bahia é o seu acionista majoritário. Foi criada em 11 de maio de 1971, pela Lei Estadual nº 2.929. Atualmente, compete à empresa desenvolver projetos,

construir, ampliar e reformar diversos sistemas de abastecimento de água e esgotamento sanitário em todo o Estado, como também operar os respectivos sistemas em Salvador e RMS – Região Metropolitana e alguns municípios do interior baiano.

A Embasa executou o Programa Bahia Azul, obtendo recursos oriundos de um *pool* de agentes financeiros internacionais, com participação dos governos federal e estadual. Com as obras de implantação de redes de esgotamento sanitário, Salvador e mais dez cidades no entorno da Baía de Todos-os-Santos receberam os benefícios dessas obras. A cobertura dos serviços de esgotamento na capital, que era de 26% antes das obras, subiu para 67%. A partir de 2007, a Embasa foca a sua estratégia na atualização de projetos de abastecimento de água e esgotamento sanitário, visando à universalização dos serviços prevista pelo Programa Água para Todos, do Governo do Estado e, especificamente, no polo em questão, pelo Programa de Despoluição da BTS.

A empresa tornou-se a principal executora das ações deste programa, com uma carteira de 282 obras de ampliação e implantação de sistemas de água e esgoto, em todas as regiões do Estado, recursos no valor de R\$1,82 bilhão, 221 municípios e 3,5 milhões de baianos beneficiados. www.embasa.ba.gov.br

IPAC

O Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia - Ipac, criado pela Lei Delegada nº 12, de 30 de dezembro de 1980, reorganizado pela Lei nº 6.465, de 13 de maio de 1993, alterado pela Lei nº 6.812, de 18 de janeiro de 1995, e pela Lei nº 8.538, de 20 de dezembro de 2002, é uma autarquia vinculada à Secretaria de Cultura - Secult, com personalidade jurídica de direito público, autonomia administrativa e financeira e patrimônio próprio, com sede e foro na cidade de Salvador e jurisdição em todo o território do Estado da Bahia, e tem por finalidade executar a política de preservação do patrimônio cultural da Bahia e estimular e promover as atividades relacionadas com museus, organizando, atualizando e difundindo seus acervos.

Ao Ipac, compete: promover, por todos os meios legais, a preservação dos bens de cultura do Estado; pesquisar, documentar, restaurar e promover a produção técnica e científica necessária à preservação dos bens de cultura; colaborar na formulação da política de educação patrimonial, juntamente com órgãos afins na área educacional; exercer, de modo sistemático, a fiscalização dos bens protegidos, orientando as intervenções no acervo patrimonial, nos limites da lei; examinar projetos de intervenção em bens protegidos, emitindo parecer conclusivo; colaborar com as municipalidades na elaboração de políticas públicas que digam respeito à preservação, tombamento, normas de proteção e critérios de uso dos bens de cultura; exercer outras atividades correlatas. www.ipac.ba.gov.br

SUDESB

A Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia é uma autarquia vinculada à Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte – Setre. Foi criada pela Lei Delegada nº 37, de 14 de março de 1983, e modificada pelas Leis nºs 4.697 (de 15 de julho de 1987), 6.074 (de 22 de maio de 1991) e 9.424 (de 27 de janeiro de 2005).

Tendo como objetivo o fomento do desporto, recreação e lazer na Bahia, a Sudesb orienta, prepara, difunde e supervisiona a prática do desporto; planeja e executa a

busca sistemática de talentos e fomenta sua formação; coordena, supervisiona e subvenciona as entidades desportivas atuantes no Estado; promove a administração e manutenção da Vila Olímpica da Bahia, bem como dos demais equipamentos esportivos e de lazer do Estado; promove o desporto e a construção de equipamentos esportivos, recreativos e culturais de interesse comunitário; apoia, técnica e financeiramente, o esporte amador; promove a realização de competições esportivas; promove a cobrança, do que lhe for devido, pelo uso ou utilização das unidades e instalações esportivas; executa obras de interesse social em decorrência da celebração de convênios, acordos ou ajustes, além exercer outras atividades que visem à consecução de sua finalidade de desenvolvimento do esporte e do lazer em todo o Estado. www.sudesb.ba.gov.br

SEMA

A Secretaria do Meio Ambiente foi criada pela Lei nº 8.538, de 20 de dezembro de 2002. Originalmente chamada Secretaria de Meio Ambiente e Recursos Hídricos – Semarh, teve sua denominação alterada para Secretaria do Meio Ambiente – Sema, em 06 de junho de 2008, a partir da implementação da sua reforma administrativa (Lei nº 11.050).

A Sema tem por finalidade assegurar a promoção do desenvolvimento sustentável do Estado da Bahia, formulando e implementando as políticas públicas voltadas para harmonizar a preservação, conservação e uso sustentável do meio ambiente, com respeito à diversidade étnico-racial-cultural e à justiça socioambiental no Estado da Bahia.

Atualmente, a Sema tem como órgãos da administração indireta o Instituto do Meio Ambiente - Ima, o Instituto de Gestão das Águas e Clima - Ingá e a Companhia de Engenharia Ambiental da Bahia - Cerb. Desta forma, cria-se uma estrutura sinérgica, na qual os órgãos da área ambiental conservam suas atribuições, porém com foco de política pública direcionado para objetivos complementares. www.meioambiente.ba.gov.br

SSP

A Secretaria da Segurança Pública tem a finalidade de formular e executar a política governamental destinada à preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e patrimônios, bem como assegurar os direitos e garantias fundamentais.

Tem como competência regimental programar, superintender, dirigir e orientar os serviços de polícia e segurança pública do Estado; exercer atividades de polícia administrativa, judiciária e de manutenção da ordem pública, executando ações policiais ostensivas, preventivas, repressivas e de investigação criminal, bem como o policiamento em todo o território do Estado; manter sistema de informações estratégicas, visando à preservação dos bens e interesses penalmente tutelados; participar da defesa civil do Estado; promover formação, capacitação e aperfeiçoamento dos servidores policiais civis e policiais militares; realizar perícias criminalísticas, médico-legais e a identificação civil e criminal. www.ssp.ba.gov.br

10. PLANO DE AÇÃO

Neste capítulo são apresentadas as ações necessárias para que as estratégias definidas no capítulo 8 (Estratégias de Desenvolvimento Turístico), sejam efetivamente implementadas. Através desse conjunto coordenado de intervenções, o Estado da Bahia pretende que a atividade turística se desenvolva dentro de uma concepção sustentável. O capítulo foi estruturado na forma descrita a seguir:

Em um primeiro instante, as metas da atividade turística no polo Baía de Todos-os-Santos são apresentadas: número de turistas, permanência média, gasto médio diário individual, arrecadação de impostos, geração de emprego e incremento de unidades habitacionais. Essas metas foram estabelecidas considerando a implementação das estratégias e projetos propostos até o momento.

Após as metas, são informadas as ações agrupadas por componentes que delimitam o escopo de financiamento do Programa.

A partir desse ponto, é apresentada a justificativa para seleção da área objeto de intervenção, com também do público-alvo. Na sequência, são descritos os projetos e as ações, classificados de acordo com a prioridade, e o componente ao qual estão vinculados. Na sequência, as ações são classificadas por município.

Além da classificação proposta pelo programa, os conjuntos de ações foram definidos com outra tipologia, com vistas a evidenciar a sua abrangência, seguindo os conceitos abaixo referidos:

Ações globais: são aquelas que beneficiam igualmente os 18 municípios da zona turística que integra o Prodetur Nacional Bahia.

Ações agrupadas: são as que beneficiam apenas alguns dos 18 municípios da zona turística que integra o Prodetur Nacional Bahia.

Ações específicas: são aquelas que beneficiam especificamente um dos 18 municípios da zona turística que integra o Prodetur Nacional Bahia.

Resumindo as intervenções propostas, têm-se tabelas-resumo *indicando os investimentos previstos por prioridade, componente e município.*

A conclusão deste capítulo analisa os investimentos que deverão ser viabilizados para que o plano de ação proposto seja implementado, comentando as perspectivas de financiamento através de fontes complementares e a distribuição dos investimentos propostos.

10.1 METAS

A Tabela abaixo resume as metas a serem atingidas pelo turismo no Estado da Bahia, já apresentadas no capítulo 5, principalmente no que concerne aos indicadores da própria atividade. As projeções estão baseadas em um cenário moderado de crescimento.

TABELA- 95
INDICADORES PARA O POLO BAÍA DE TODOS-OS-SANTOS

Discriminação	2013	2018
Demanda Total (turistas)* ¹	3.908.000	4.701.000
Demanda Total (turistas) Nacional	3.568.000	4.343.000
Demanda Total (turistas) Internacional	339.000	357.000
Gasto Turístico <i>per capita</i> em US\$ Nacional	47,59	49,97
Gasto Turístico <i>per capita</i> em US\$ Internacional	53,26	55,22
Permanência Média (Nº de dias) turista nacional	7,51	8,00
Permanência Média (Nº de dias) turista internacional	13,87	14,00
Geração de Renda		
Receita (US\$ bilhões)* ²	1,5	2,00
Impacto PIB/BA (US\$ bilhões) * ³	171,10	222,43
Impacto Fiscal (US\$ milhões) * ⁴	717	947
Cobertura Empréstimo	0	22,85%
Incremento nos Empregos Totais * ⁵	72.753	85.455
Incremento no Total de UH's	18.606* ⁶	22.416* ⁷

Fonte: Fonte: SETUR/BA

Notas:

(*)¹ Tomou-se como base a pesquisa da Fipe /2010. Para a projeção foi admitida a taxa de 5,8% a.a.

(*)² Cálculo da receita em razão do fluxo, permanência e gasto diário (nacional e internacional) em US\$

(*)³ Dados sujeitos à retificação;

(*)⁴ Para o cálculo do impacto de impostos e subsídios foi admitido o proposto no estudo Fipe/OMT. Considerou-se a participação de 6,6% sobre o total da renda.

(*)⁵ Fonte: SEI - Estoque de emprego formal estimados pela SEI segundo os dados da RAIS – 2010

(*)⁶ Fonte: DST - Diretoria de Serviços Turísticos/Geade- Gerência de Atividades Descentralizadas da Embratur (2006-2010)

(*)⁷ Fonte: Setur/Suinvest (2012)

10.2 JUSTIFICATIVA PARA SELEÇÃO DA ÁREA E DO PÚBLICO-ALVO

Para selecionar as áreas de intervenção e o segmento de público prioritário do programa, optou-se pela adoção de critérios híbridos, vinculados à Teoria de Geossistemas (TRICART, 1971; BERTRAND, 1972) e ao conceito de Territórios de Identidade (SANTOS, 2000). Enquanto a primeira identifica semelhanças geográficas e geomorfológicas de um determinado espaço geográfico, o segundo destaca a identidade cultural das pessoas que habitam esse espaço.

A Teoria de Geossistemas parte do princípio de que o todo (a paisagem) para ser conhecido deve ser parcelado. Porém, esse mesmo todo não se reconstitui a partir do somatório das partes. Ele só pode ser compreendido através do entendimento da função que as partes representam para aquela totalidade.

Denominadas de “unidades ambientais homogêneas”, “unidades elementares da paisagem” ou “geossistemas”, essas partes são espaços de materialização do tempo que registram as marcas na paisagem. Entretanto, para esta teoria, as noções de homogeneidade e diferenciação sempre estarão presentes em qualquer unidade espacial que se estabeleça. Isso significa que, mesmo em unidades com características bem semelhantes, é possível encontrar trechos ou pontos que apresentam características de heterogeneidade.

Para além dos aspectos geográficos e geomorfológicos, a seleção das áreas de intervenção baseou-se em critérios adotados no conceito de Territórios de Identidade, desenvolvido pelo geógrafo Milton Santos, que os define pelo conjunto de elementos

que configuram a fisionomia de um determinado espaço geográfico. Esses elementos resultam de um processo sócio-histórico de ocupação da região, das suas tecnologias produtivas, das formas de sociabilidade e convívio, da produção material e imaterial.

Nesse mosaico de ações humanas estão inseridos os patrimônios histórico, artístico, cultural e ambiental. Essa identidade é então entendida como um processo de intercâmbio, de troca, de assimilação, resultando no sincretismo que carrega de um lado para o outro, de uma região para outra, pessoas e signos que se aculturam.

Portanto, além de homogêneas nos seus aspectos geográficos e geomorfológicos, as áreas de intervenção foram selecionadas e agrupadas a partir do modo de vida das pessoas que compartilham a mesma identidade cultural. Trata-se, na verdade, de uma base geográfica de existência social, um espaço simbólico em que a população constrói sua identidade, exprime seus sentimentos de pertença e cria seu patrimônio cultural.

A partir dessa simbiose de conceitos, as intervenções do Prodetur Nacional Bahia foram estruturadas em quatro áreas geográficas ou quatro geossistemas. Dos 18 municípios inicialmente previstos, dois (Muritiba e Muniz Ferreira) foram excluídos em função da pouca atratividade turística para os segmentos náutico e cultural. Os demais foram incorporados em quatro geossistemas, de acordo com suas atratividades turísticas e culturais; potencial para desenvolvimento do turismo náutico; e infraestrutura turística, combinando, assim, critérios de potencialidade turística (em função dos segmentos identificados) e indicadores sociais (favorecendo áreas com população de menor desenvolvimento social).

São elas:

QUADRO 23 ÁREAS GEOGRÁFICAS MUNICÍPIOS BTS

ÁREA GEOGRÁFICA	MUNICÍPIOS
Metropolitana I	• Salvador • São Francisco do Conde • Candeias • Madre de Deus • Simões Filho
Metropolitana II	• Itaparica • Vera Cruz • Salinas da Margarida • Saubara
Recôncavo	• Maragogipe • Cachoeira • São Félix • Santo Amaro
Recôncavo Sul	• Jaguaripe • Aratuípe • Nazaré

FONTE: SETUR/SUINVEST

Essa nova segmentação difere da divisão sugerida no Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, uma vez que aquele estudo baseou-se apenas no potencial das localidades para o desenvolvimento do turismo náutico.

A proposta ora apresentada levou em consideração outras variáveis e se justifica por permitir, através da concentração das ações previstas neste Plano de Ação, uma

melhor racionalização dos recursos e, conseqüentemente, um impacto maior nos resultados a serem alcançados pelo programa.

Além da base teórica mencionada, as áreas de intervenção e o segmento de público-alvo foram selecionados a partir dos seguintes estudos:

QUADRO - 24 ESTUDOS PARA SELEÇÃO DAS ÁREAS DE INTERVENÇÃO

LISTA DE ESTUDOS	
•	Teoria dos Geossistemas
•	Conceito de Territórios de Identidade
•	Programa de Integração Cultura e Turismo (BID)
•	Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS
•	Reivindicações do trade turístico (Plano Náutico)
•	Reivindicações das comunidades locais (Plano Náutico)
•	Pesquisa Critérios para a seleção de local para um porto de Turismo Náutico
•	Pesquisa com operadores e agências de Turismo Náutico
•	Pesquisa de perfil do turista náutico de recreio e esporte
•	Pesquisa de perfil do turista náutico de mergulho
•	Pesquisa de perfil do turista náutico de cruzeiros
•	Levantamento da atratividade natural e cultural
•	Levantamento da vocação local para o desenvolvimento de esportes náuticos
•	Gerenciamento costeiro da BTS
•	Capacidade de carga
•	Infraestrutura já existente
•	Levantamento das possibilidades de implantação de empreendimentos turísticos privados

Caracterização em roteiros turísticos

A posição estratégica e a função que cada município representa para o turismo em cada área ou geossistema foram definidas a partir das possibilidades de formatação de rotas e roteiros turísticos. O termo roteiro turístico não encontra unanimidade entre os autores da área, quanto a uma conceituação.

Roteiro, itinerário, circuito e rota são termos usados no mercado, de forma distinta; porém, nos dicionários de língua portuguesa as descrições são bastante completas e, às vezes, superpostas. Nos dicionários específicos de turismo, são mais superficiais e, muitas vezes, o termo roteiro é associado diretamente a pacote turístico, numa clara restrição do seu significado.

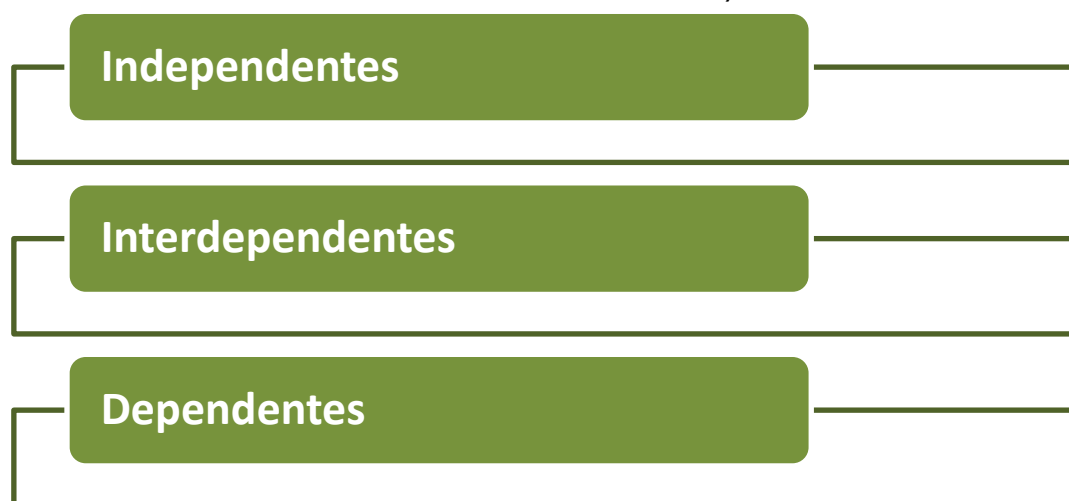
Diante deste cenário de múltiplas conceituações, para evitar divergência de interpretações, optou-se, neste estudo, pelos conceitos adotados pelo MTur, na publicação *Módulo Operacional Promoção e Apoio à Comercialização*, que estabelece as seguintes definições para rota e roteiro turístico: Rota é um percurso continuado e delimitado, cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística. Uma rota pode contemplar vários roteiros e perpassar várias regiões turísticas.

Já roteiro turístico pode ser caracterizado como um itinerário constituído por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Um roteiro pode perpassar uma ou várias regiões e uma ou várias rotas – ele é eminentemente temático.

Outra característica que difere um termo de outro é o fato de que na rota existe uma sequência na ordem dos destinos a serem visitados, mas possui um ponto de início e um ponto final. O roteiro, por sua vez, não exige uma sequência de visitação. É mais flexível no que se refere ao ponto inicial e ao ponto final.

Para estabelecer os graus de importância estratégica de cada município dentro do seu geossistema, optou-se pela classificação de Vaz (1999), que distingue as localidades turísticas pela relação de independência / dependência com as demais localidades de uma mesma região. Para este autor:

FIGURA – 10
GRAUS DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA, SEGUNDO VAZ



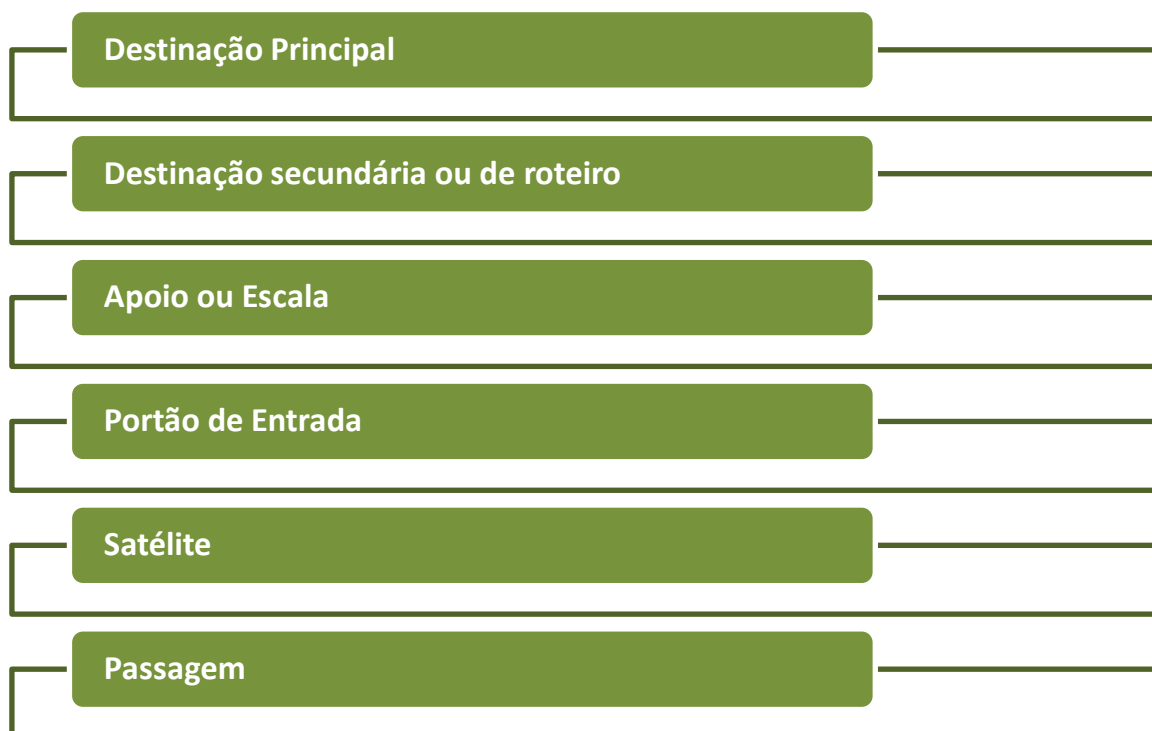
As Independentes são as localidades cujos atrativos desencadeiam uma demanda turística significativa, com forte apelo diferencial, que permita ao turista estabelecer uma associação de imagem entre a localidade e o atrativo.

As Interdependentes são as localidades que geram demanda razoável, mas apresentam limitações para ampliar essa demanda em níveis mais significativos. Para isso, precisam estabelecer ações conjuntas com outras localidades.

Já as Dependentes são as localidades que apresentam dificuldades para gerar uma demanda própria razoável, funcionando como beneficiária de localidades as quais estão ligadas por proximidade geográfica, posição em percurso de viagem e complementação de lazer ou interesse turístico.

Aliada a esta classificação, observou-se a posição de cada município nas rotas e roteiros turísticos náuticos e culturais da BTS, que, segundo o mesmo autor, pode ser estabelecida da seguinte forma:

FIGURA – 11
SUBCLASSIFICAÇÃO ESTRATÉGICA, SEGUNDO VAZ



Destinação Principal – Em geral são aquelas localidades sobre as quais existem declarações concretas, tipo: “Quero passar férias na Disney” ou “Minha próxima viagem será para a península Ibérica”.

Destinação Secundária ou de Roteiro – O roteiro pode ser composto por diversas destinações turísticas ao longo do percurso, sem destaque especial para nenhuma delas.

Escala – São localidades que servem de apoio para abastecimento ou ponto de descanso.

Portão de Entrada - Algumas localidades apresentam posição geográfica estratégica, situando-se no rumo de uma via natural de acesso (rio ou mar).

Satélite – São localidades que, por algum aspecto especial e pela sua posição estratégica, adicionam atratividade ao roteiro sem comprometer tempo.

Passagem – Não constitui uma destinação turística, mas, por sua localização, estão no traçado do roteiro.

Por outro lado, o MTur indica uma classificação fundamentada na infraestrutura disponível nas localidades, estabelecendo municípios como âncoras e indutores de desenvolvimento.

Neste trabalho, procurou-se mesclar as definições do MTur com as propostas por Vaz (1999). Transpondo-se os conceitos mencionados para o objeto deste estudo considerou-se a seguinte classificação:

FIGURA 12
CLASSIFICAÇÃO ESTRATÉGICA DO PDITS



Município-Âncora – É aquele que possui as melhores condições infraestruturais de se constituir em um porto de turismo náutico, atuando como centro de distribuição de roteiros turísticos para os demais municípios do geossistema. Esses municípios se constituem também em portão de entrada, pela posição geográfica estratégica, situando-se no rumo de uma via natural de acesso (mar ou rio). Possuem também grau de independência em relação aos demais municípios, em função dos seus atrativos desencadearem uma demanda turística.

Município Indutor de Desenvolvimento – São aqueles que, embora não ofereçam posição geográfica estratégica para o turismo náutico, possuem atrativos culturais de grande importância. Serão aqui classificados também como de “destinação secundária ou de roteiro”, uma vez que os roteiros podem ser compostos por diversas destinações turísticas ao longo do percurso, sem destaque especial para nenhum deles. O maior exemplo é o município de Cachoeira, cujo patrimônio cultural é de altíssima qualidade, mas as suas condições de navegação fluvial dependem de alguns fatores hidroviários que são fartamente disponíveis em Maragogipe, o município-âncora do geossistema aqui denominado de Recôncavo.

Municípios de Apoio ou Escala – São aqui definidos como aqueles que, pelas características náuticas peculiares e oferta de patrimônio cultural, material ou imaterial, podem agregar valor às opções de roteiros turísticos na área, além de se beneficiarem das oportunidades de geração de emprego e renda. São também localidades que servem de apoio para abastecimento ou descanso.

Municípios Satélites - são localidades que, por algum aspecto especial e pela sua posição estratégica, adicionam atratividade ao roteiro sem comprometer tempo.

Municípios de Passagem – Não chegam a se constituir em uma destinação turística, mas, por sua localização, estão no traçado do roteiro. Em geral, possuem atrativos naturais de valor paisagístico.

10.3 PROCESSO DE SELEÇÃO

O primeiro passo para a seleção das áreas foi identificar aquelas potenciais para o desenvolvimento dos dois segmentos prioritários: Náutico e Cultural. Para além do Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, as áreas destinadas ao turismo náutico foram selecionadas a partir da metodologia multicriterial, desenvolvida pelos especialistas náuticos croatas Mirjana Kovačić e Čedomir Dundović, através da pesquisa *Criteria for selecting a location for a port of Nautical Tourism* (Critérios para a seleção de local para um porto de Turismo Náutico).

Por outro lado, procurou-se adequar as áreas selecionadas aos públicos identificados em pesquisas de campo e também em infraestrutura disponível. Examinou-se ainda as potencialidades locais de atração de investimentos privados e as respectivas capacidades de carga das localidades turísticas.

Por fim, foram levadas em consideração as reivindicações do trade turístico e das comunidades locais, apresentadas tanto no Plano Estratégico do Turismo Náutico na BTS como no estudo Programa de Integração Cultura e Turismo, patrocinado pelo BID, para o desenvolvimento da cultura e do turismo nesse polo turístico, e também o nível de desenvolvimento social das populações locais, suas oportunidades de emprego e geração de renda e suas demandas por qualificação profissional.

As intervenções indicadas privilegiam municípios-âncora das áreas selecionadas. Entretanto, as ações e projetos previstos neste Plano de Ação pretendem, em médio e longo prazo, incrementar também o fluxo turístico nos demais municípios, através de roteiros turísticos intermodais.

Cabe acrescentar que a principal reivindicação do trade turístico e das comunidades locais é por recuperação e implantação de infraestrutura náutica na BTS, sobretudo em áreas de grande atratividade natural e cultural que hoje não possuem condições de visitação por falta de infraestrutura.

Com essas modificações, espera-se superar alguns dos desafios relacionados ao produto turístico e adequar o programa para que este possa promover a inclusão social da população local, através da geração de emprego e renda.

10.4 SELEÇÃO DO SEGMENTO PRIORITÁRIO

Para selecionar e caracterizar o segmento prioritário do programa tomou-se por base a publicação *Segmentação do Turismo: Marcos conceituais*, elaborada pelo Ministério do Turismo, em 2006. Especificamente para a caracterização do turismo náutico, além do documento mencionado, foram adotados também os conceitos e classificações contidos em outro estudo do MTur, *Turismo Náutico: Orientações Básicas*, de 2010.

De acordo com esses dois documentos, o turismo náutico diferencia-se dos outros segmentos na medida em que o seu principal elemento caracterizador é um equipamento náutico: a embarcação, que se constitui no próprio atrativo motivador do deslocamento, ao mesmo tempo em que é utilizada como meio de transporte.

Por outro lado, entende-se por náutica toda atividade de navegação desenvolvida em embarcações sob ou sobre águas, paradas ou correntes, sejam fluviais, lacustres, marítimas ou oceânicas. A navegação, quando considerada uma prática turística, caracteriza o segmento denominado turismo náutico. Assim, turismo náutico

caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística.

De acordo com o estudo de 2010, podem-se considerar dois tipos principais de turismo náutico: o Turismo Náutico de Cruzeiro e o Turismo Náutico de Recreio e Esporte. O primeiro diz respeito à prestação de serviços conjugados com transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento e visitação de locais turísticos e serviços afins, quando realizados em embarcações de turismo. O segundo define-se quando é realizado em barcos de pequeno e médio porte, que podem ser de propriedade do turista ou alugados.

O Turismo Náutico de Recreio ou Esporte pode ser realizado de duas maneiras: em barcos conduzidos pelos proprietários ou por meio de barcos alugados, seja através de bases de *charter* ou de passeios organizados por agências, clubes e marinas. Assim, para traçar o perfil do segmento-alvo deste programa, foram levadas em consideração as especificidades deste segmento.

Seleção

Apesar do enorme potencial para a náutica, a Bahia ainda não conseguiu desenvolver este segmento turístico. Pela diversidade de recursos naturais e culturais, o Estado oferece numerosas possibilidades para o turista. Atualmente são trabalhados 15 segmentos nos 13 polos turísticos, todos eles com opções variadas.

Sem dúvida, a Bahia é o estado brasileiro que oferece a maior diversidade turística. De norte a sul e de leste a oeste, do litoral às montanhas, do sertão ao cerrado, a paisagem se transforma, fundindo-se à cultura local e oferecendo ao visitante um mosaico de atrativos naturais e culturais, além de experiências sensoriais, esportivas, cognitivas e religiosas, como mostra o Quadro 25.

QUADRO 25 PRINCIPAIS SEGMENTOS DOS POLOS TURISTICOS DA BAHIA (CONTINUAÇÃO)

Polos Turísticos da Bahia	Principais segmentos
Baía de Todos-os-Santos	• Sol e Praia • Cultural • Náutico • Étnico-afro • Ecoturismo • Esporte e Aventura • Arqueológico • Pesca Esportiva • Religioso • Negócios
Costa dos Coqueiros	• Sol e Praia • Cultural • Esporte e Aventura • Ecoturismo • Golfe
Costa do Dendê	• Sol e Praia • Cultural • Ecoturismo • Náutico • Étnico-afro • Esporte e Aventura

	• Arqueológico
Costa do Cacau	• Sol e Praia • Cultural • Ecoturismo • Náutico • Esporte e Aventura • Pesca Esportiva • Negócios
Costa do Descobrimento	• Sol e Praia • Cultural • Étnico-indígena • Golfe • Náutico • Pesca Esportiva • Negócios
Costa das Baleias	• Sol e Praia • Cultural • Ecoturismo • Étnico-indígena • Náutico (mergulho) • Pesca Esportiva
Chapada Diamantina	• Ecoturismo • Esporte e Aventura • Arqueológico
Caminhos do Sertão	• Cultural • Ecoturismo • Arqueológico • Religioso
Caminhos do Oeste	• Ecoturismo • Esporte e Aventura • Arqueológico • Negócios • Religioso
Caminhos do Jiquiriçá	• Ecoturismo • Esporte e Aventura
Vale do São Francisco	• Enoturismo • Ecoturismo • Esporte e Aventura • Cultural
Lagos do São Francisco	• Enoturismo • Ecoturismo • Esporte e Aventura • Cultural
Caminhos do Sudoeste	• Ecoturismo • Esporte e Aventura • Negócios

Fonte: SETUR/Bahiatursa - 2012

Isto, em parte, explica o diferencial da Bahia em relação aos outros estados do Nordeste. Dados da pesquisa *Dimensionamento e Caracterização do Turismo da Bahia*, realizada em 2011, contratada pela Secretaria de Turismo à Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), dá conta de que a Bahia recebe mais turistas

domésticos do que os estados do Ceará e Pernambuco, juntos, e mais turistas internacionais do que a soma de todos os turistas que visitaram os demais estados da região Nordeste, como pode ser verificado na Tabela 96.

TABELA 96
PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

Principal Interesse	Doméstico %	Doméstico N. absolutos	Internacional %	Internacional N. absolutos
Sol e Praia	58,8	3.424.835	52,7	260.542
Ecoturismo	16,8	978.524	22,1	109.260
Cultural	15,3	891.156	21,3	105.305
Esporte e Aventura	2,2	128.140	2,0	9.888
Enoturismo	1,3	75.719	0,0	-
Rural	0,9	52.421	0,1	494
Pesca	0,7	40.772	0,0	-
Golfe	0,6	34.947	0,0	-
Náutico	0,5	29.123	0,0	-
GLBT	0,2	11.649	0,0	-
Étnico-índigena	0,1	5.824	1,1	5.438
Arqueológico	0,1	5.824	0,0	-
Étnico-afro	0,1	5.824	0,1	494
Outros	2,6	151.438	0,5	2.472
Total	100	5.824.549	100	494.388

Fonte: FIPE/2011

TABELA 97
PARTICIPAÇÃO DOS ESTADOS DO NORDESTE NO FLUXO DO PAÍS

Estado	Doméstico	Internacional
Bahia	8,3	11,6
Ceará	4,3	3,7
Pernambuco	3,4	3,4
Rio Grande do Norte	1,6	2,5
Paraíba	1,3	0,7
Alagoas	1,3	1,1
Maranhão	1,1	0,9
Sergipe	1,1	0,3
Piauí	1,0	0,2

FONTE: FIPE, 2011

Essa diversidade de atrativos oferecida pela Bahia acaba por dificultar a mensuração real do principal motivo da viagem. Dos 11.015.000 que visitaram o Estado em 2011, 5.824.549 (55,7%) dos domésticos e 494.388 (88,6%) dos estrangeiros optaram pela Bahia para o lazer, como refere a Tabela 95.

TABELA 98
PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

Principal motivação	Doméstico %	Doméstico N. absolutos	Internacional %	Internacional N. absolutos
Lazer	55,7	5.824.549	88,6	494.388
Outros motivos	44,3	4.632.451	11,4	63.612
Total	100	10.457.000	100	558.000

Fonte: FIPE-2011

A partir desta opção, os 13 segmentos associados ao lazer hoje trabalhados na promoção da Bahia, aparecem de maneira difusa nas pesquisas de turismo receptivo. Os outros dois segmentos trabalhados, o turismo de negócios e o turismo religioso, foram contabilizados, separadamente, entre aqueles que declararam terem visitado a Bahia por “outros motivos” que não o de lazer.

Segmentos trabalhados

Na Tabela 99, observa-se a predominância absoluta do segmento sol e praia, seguido do ecoturismo e do turismo cultural. O turismo náutico foi a opção de 0,5% dos turistas domésticos e não chegou a pontuar entre as opções do turista estrangeiro. O mesmo aconteceu com a pesca esportiva, um segmento vinculado ao náutico, apontado por 0,7% dos turistas domésticos, ou seja, por 40.772 turistas que visitaram a Bahia com a motivação de lazer.

Entretanto, estes dois segmentos foram citados, respectivamente, como segunda e terceira opção por 2,5 e 4,4% dos 6.318.937 turistas que visitaram a Bahia com a motivação de lazer, incluindo domésticos e estrangeiros. Em números absolutos, isso equivale a um contingente de 157.973 e 278.033 turistas, respectivamente, que, somados aos 75.827 que identificaram esses dois segmentos como primeira opção, chega-se ao total de 511.833 turistas dos dois segmentos, como refere a Tabela 98.

TABELA 99
TURISMO NÁUTICO E DE PESCA
(1º, 2º E 3º MOTIVOS DE INTERESSE DA VIAGEM DE LAZER)

Interesse	1º Motivo	2º Motivo	3º Motivo
Náutico	0,7%	1,3%	1,9%
Pesca Esportiva	0,5%	1,2%	2,5%
Total	1,2%	2,5%	4,4%

Fonte: FIPE/2011

Soma-se a isso o fato do segmento sol e praia estar diretamente associado ao turismo náutico de recreio e esporte, o que pode confundir o turista entrevistado na escolha do

principal motivo da viagem. Entretanto, por si só, o contingente de turistas que declara o náutico e o de pesca esportiva como principal motivação, já demonstra que, mesmo em estágio embrionário, o turismo náutico tem potencial para se desenvolver, além de se constituir em elemento importante para o aumento da taxa de permanência média do turista no Estado.

Esse potencial pode ser demonstrado pela utilização dos equipamentos náuticos já existentes na BTS, como mostram os levantamentos realizados neste PDITS, embora precisem de requalificação, como referência ao Quadro 16.

QUADRO 26

CARACTERIZAÇÃO DO SETOR NÁUTICO NA BAHIA

Equipamento	Quan	Característica/Capacidade
Portos	02	• Salvador • Aratu
Atracadouros	09	• 04 Maragojipe • 01 Jaguaripe • 01 Vera Cruz • 01 Salinas da Margarida • 01 Candeias • 01 S. F. do Conde
Estaleiros	06	• 05 Salvador • 01 Simões Filho
Terminais Hidroviários	12	• 08 Salvador • 01 Salinas da Margarida • 01 Maragojipe • 01 Vera Cruz • 01 Madre de Deus
Marinas	07	• 05 Salvador • 01 Itaparica • 01 Simões Filho (1.708 vagas, sendo 927 secas e 781 molhadas)
Clubes Náuticos	04	• 03 Salvador • 01 Simões Filho (853 vagas, sendo 535 secas e 318 molhadas)
Marinas + Clubes	11	• 942 veleiros • 1.326 lanchas • 373 funcionários • 785 prestadores de serviço
Regatas Regionais	15	• 430 embarcações • 1.730 velejadores
Regatas Nacionais	05	• 805 embarcações • 4.080 velejadores
Regatas Internacionais	05	• 240 embarcações • 854 velejadores
Empresas e empreendedores individuais de charter de escuna	12	• 20 embarcações

Empresas e empreendedores individuais de charter de lança e catamarã	84	• 94 embarcações
Empresas e empreendedores individuais de charter de veleiros	10	• 39 embarcações
Sistemas de Transporte Hidroviário Intermunicipal	03	• Linha Salvador - Mar Grande • Linha Salvador – Itaparica • Linha Salvador – Morro de São Paulo

Fonte: SUINVEST/SETUR

Para se ter ideia da capacidade da infraestrutura já implantada na BTS, o fluxo de pessoas que circulam através dos meios de transporte hidroviários da região é estimado em 5,5 milhões de passageiros por ano. Trata-se de quantitativo nada desprezível, principalmente quando se verifica que essa movimentação acontece em apenas quatro localidades: Salvador, Itaparica, Vera Cruz e Morro de São Paulo (Costa do Dendê). Vale destacar ainda, que parte dos passageiros que utiliza este sistema hidroviário com destino à Ilha de Itaparica segue de lá para outras localidades da BTS, a exemplo de Jaguaripe e Salinas da Margarida, através de meios de transporte terrestre (vans, micro-ônibus, etc.). Na Tabela 99 demonstra-se a capacidade instalada do atual do Sistema. Para contabilizar os veículos, optou-se por uma projeção modesta, considerando apenas o motorista, ou seja, um único usuário por veículo:

TABELA 100

CAPACIDADE DO SISTEMA DE TRANSPORTE HIDROVIÁRIO

Meio de transporte	Embarcações	Usuários/ano
Sistema Ferry-Boat Salvador – Itaparica	07	3,5 milhões de usuários 693 mil veículos
Transporte Intermunicipal Salvador – Mar Grande	13	991.407
Transporte Intermunicipal Salvador – Morro S. Paulo	06	62.765
Charter de Escunas	20	82.517
Charter de Lanchas	94	34.733
Charter de Veleiros	39	126.888
Total	-	5.491.310

Fonte: Agerba e Terminal Náutico da Bahia/2011

Por outro lado, pesquisas realizadas pela Secretaria de Turismo com operadoras e agências de viagem, com turistas náuticos de recreio e esporte (com embarcação própria e alugada), com turistas náuticos de mergulho, e com turistas de cruzeiros marítimos, indicam que a baixa demanda pelo turismo náutico está diretamente associada à deficiência da infraestrutura na BTS, tanto no que diz respeito à náutica

propriamente dita, a exemplo de marinas, ancoradouros e flutuantes, quanto à disponibilidade de serviços receptivos, como postos de combustíveis, bares e restaurantes, sanitários públicos, segurança e informação turística, dentre outros.

Em todas essas sondagens foram formuladas duas perguntas, abertas aos entrevistados, para serem respondidas em ordem de importância: “Na sua opinião, quais ações deveriam ser planejadas/implantadas/providenciadas para dinamizar o turismo na BTS?” e “Na sua opinião, quais as condições essenciais para o desenvolvimento do turismo náutico na BTS?”.

As respostas foram contabilizadas de modo a manter a ordem de importância, como referem os quadros 27 e 28:

QUADRO - 27

PRINCIPAIS REINVIDICAÇÕES – CAPACIDADE DO SISTEMA DE TRANSPORTE HIDROVIÁRIO

1	Recuperação da infraestrutura náutica (atracadouros, flutuantes e balizamento)
2	Implantação de infraestrutura de apoio (bares, restaurantes, postos de informação turística, segurança, <i>lan houses</i> , sanitários)
3	Pontos de abastecimento de combustível
4	Pontos de oferta e comercialização de água potável
5	Portos de transição
6	Promoção dos destinos turísticos
7	Capacitação dos serviços turísticos (educação, higiene, limpeza, cordialidade, roupas adequadas)
8	Capacitação para serviços náuticos
9	Educação ambiental
10	Incentivos e criação de linhas de crédito para renovação e ampliação da frota
11	Melhoria das embarcações do transporte intermunicipal
12	Estrutura de comercialização de bilhetes nos terminais hidroviários

QUADRO 28

CONDIÇÕES NECESSÁRIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NÁUTICO NA BTS

1	Localização (qualidade dos recursos naturais)
2	Características geográficas, geomorfológicas e hidrográficas locais
3	Diversidade de atrativos culturais
4	Investimentos em infraestrutura náutica
5	Investimentos em infraestrutura turística
6	Investimentos em segurança
7	Qualidade dos serviços
8	Preços apropriados
9	Investimentos em marketing (p/ públicos específicos)
10	Capacitação dos recursos humanos
11	Oferta de serviços e de prestadores de serviço
12	Incentivos fiscais para atração de investimentos
13	Implantação de estações náuticas com escolas e centros de prática de: mergulho, windsurfe, pesca esportiva, remo, etc.
14	Promoção dos roteiros de cruzeiros (passeios)

15	Implantação de modelo de governança e criação de entidade representativa do turismo náutico na Bahia
16	Regulação para investimentos no turismo náutico – Recomendações práticas (sustentabilidade x capacidade de carga)
17	Qualificação de profissionais para: escolas e clubes náuticos, mecânica e outros serviços náuticos
18	Construção de marinas
19	Atração de empresas de <i>charter</i> náutico
20	Mapeamento de áreas – espaços previamente selecionados pelo Estado em parceria com setor privado e sociedade civil
21	Desburocratização para licenciamento de embarcações e para entrada de velejadores estrangeiros na Bahia/Brasil

Uma questão específica da pesquisa realizada com o trade turístico náutico buscou identificar os principais roteiros/passeios na BTS, comercializados pelas operadoras e agências de viagens, com os respectivos tipos e número de embarcações, localidades visitadas e número de turistas embarcados por ano. Junto ao resultado, os operadores e agentes de viagens registraram que as localidades visitadas são as que oferecem infraestrutura náutica razoável e proximidade com pontos de abastecimento de combustível para as embarcações, como mostra o Quadro 29:

QUADRO 29 LOCALIDADES MAIS VISITADAS

Localidade	Tipos de embarcação*	Nº de embarcações/ano	Nº de visitantes/ano
Itamoabo (Ilha de Maré - Salvador)	L / E / V / S	1.540	11.710
Praia das Neves (Ilha de Maré - Salvador)	L / V	1.005	7.620
Botelho (Ilha de Maré - Salvador)	L / E / V	2.010	15.276
Museu Wanderley Pinho (Candeias)	L / V	134	536
Ponta de Nossa Senhora (Ilha dos Frades - Salvador)	L / E / V / S	1.606	12.184
Loreto (Ilha dos Frades - Salvador)	L / E / V	402	3.048
Ilha de Bom Jesus dos Passos (Salvador)	L / E / V	402	3.048
Ponta de Areia (Itaparica)	L / E / V / S	2.010	15.276
Itaparica	L / E / V / S	2.010	15.276
Salinas da Margarida	L / E / V / S	536	4.052
Barra do Paraguaçu	L / E / V / S	536	4.052

Mutá (Jaguaripe)	L / E / V	134	1.004
Cações (Jaguaripe)	L / V / S	134	536
Cacha-Pregos (Vera Cruz)	L / E / V / S	1.005	7.620
Maragogipe	L / E / V / S	335	2.528
Cachoeira / São Félix	L / E / V / S	335	2.528
São Francisco do Paraguaçu (Cachoeira)	L / V / S	201	804
Outros	L / E / V / S	1.300	10.152
Total	-	15.635	117.250

* L (Lancha), E (Escuna), V (Veleiro) e S (Saveiro)
Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Em outra questão, foi perguntado aos organizadores de eventos náuticos o número de visitantes nas localidades que sediam este tipo de evento, a exemplo de regatas. O resultado aparece contabilizado na Tabela 99:

TABELA 101
LOCALIDADES COM “PICOS-RELÂMPAGO” DE VISITANTES

Cidade/localidade	Data	Evento	Embarcações	Visitantes
Loreto	1º fim de semana de janeiro	Procissão N. S. Guadalupe	50	350
Ilha de Bom Jesus dos Passos	1º fim de semana de janeiro	Procissão N. S. Guadalupe	50	350
Itaparica	1º fim de semana de dezembro	Campeonato Baiano de Vela de Oceano	60	240
Salinas da Margarida	1º fim de semana de novembro	Regata Salvador-Salinas	120	600
Barra do Paraguaçu	1º fim de semana de agosto	Regata Aratu-Maragogipe	150	800
Maragogipe	1º fim de semana de agosto	Regata Aratu-Maragogipe	500	2.500
Mutá	1º fim de semana de agosto	Regata da Primavera	170	850
Total	-	-	1.100	5.690

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Como visto anteriormente, a BTS é palco de várias regatas esportivas, que reúnem velejadores locais, nacionais e internacionais. A cada dois anos, a BTS também recebe algumas das mais importantes regatas internacionais, conforme exposto nas tabelas 102, 103 e 104

TABELA 102
REGATAS EXCLUSIVAMENTE BAIANAS

Evento	Realizador	Frequência	Nº de barcos	Nº de velejadores
Regata João das Botas	Marinha do Brasil	Anual	100	800
Regata Brancaccio	Clube Angra dos Veleiros	Anual	70	280
Campeonato Baiano de Monotipos	Marina Beira Mar	Trimestral	50	150
Campeonato Baiano de Optimist	Yacht Clube	Anual	20	20
Campeonato Baiano de Snipe	Yacht Clube	Anual	15	30
Campeonato Baiano de Laser	Yacht Clube	Anual	10	10
Campeonato Baiano de Dingue	Yacht Clube	Anual	08	16
Camp. Baiano de Hobbie Cat 16	Yacht Clube	Anual	07	14
Regata Salvador-Morro de S.Paulo	Yacht Clube	Anual	50	150
Regata de Duplas	Aratu late Clube	Anual	30	60
Regata 24 hs	Marina e Estaleiro Aratu	Anual	40	140
Regata de Casais	Aratu late Clube	Anual	30	60
Total	-	-	430	1.730

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

TABELA- 103
REGATAS COM EMBARCAÇÕES LOCAIS E NACIONAIS

Evento	Realizador	Frequência	Nº de barcos	Nº de velejadores
Regata Aratu-Maragojipe	Aratu late Clube	Anual	350	1800
Regata Salvador-Salinas	Clube Angra dos Veleiros	Anual	150	700
Regata da Primavera	Saveiro Clube da Bahia	Anual	170	750
Regata Marcílio Dias	Marinha do Brasil	Anual	110	700
Circuito Salvador	Yacht Clube da Bahia	Bi-anual	25	130
Total	-	-	805	4.080

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

TABELA- 104
REGATAS EXCLUSIVAMENTE INTERNACIONAIS

Evento	Origem	Frequência	Nº de barcos	Nº de velejadores
Regata Transat 6.50	França	Bi-anual	84	84
Cape to Bahia	África do Sul	Bi-anual	20	100
World Arc	África do Sul	Bi-anual	46	230
Rally Le Îles Du Soleil	França	Anual	45	220
Regata Heineken	África do Sul	Bi-anual	45	220
Total	-	-	240	854

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

O fluxo turístico registrado nas pesquisas com operadores e agentes de viagens e com o turista náutico de recreio e esporte serviu de base para a composição das amostras que referenciaram as pesquisas de campo com os turistas náuticos da BTS, nacionais e internacionais, com vistas à obtenção do perfil do visitante dos segmentos turísticos vinculados ao náutico: náutico de recreio e esporte (com embarcação própria e alugada), pesca esportiva e mergulho.

O perfil do turista náutico de cruzeiros marítimos também foi traçado através de pesquisa de campo, mas sua amostra baseou-se no quantitativo de turistas que chegaram a Salvador na temporada de 2010/2011, conforme a Tabela 105:

TABELA 105

ATRACAÇÕES E PASSAGEIROS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS NO PORTO DE SALVADOR

Temporadas	Atracações	Passageiros
2003/2004	71	52.042
2004/2005	57	54.810
2005/2006	71	70.715
2006/2007	86	115.548
2007/2008	93	105.199
2008/2009	101	150.886
2009/2010	137	206.243
2010/2011	135	221.736
2011/2012	107	176.970
Total	858	1.154.149

Fonte: Codeba / Levantamento Estatístico SUINVEST / DPEE– Temporadas (setembro a maio do ano seguinte)

Apesar do turista de cruzeiro marítimo possuir renda e gasto médio na localidade, relativamente altos, a taxa média de permanência na localidade (Salvador) é de apenas 24 horas, com pouca disponibilidade de tempo.

A tendência desse turista é optar por passeios terrestres durante as atracações, privilegiando programas voltados para shows, festas e feiras. Além disso, a sua composição de gastos não inclui meios de hospedagem, transporte nem serviços de agências locais, como mostra o Quadro 30, contendo a síntese do perfil desse usuário, formatado a partir dos resultados da pesquisa realizada pela Suinvest/Setur, em 2011.

QUADRO 30

PERFIL DO TURISTA NÁUTICO DE CRUZEIROS
• Maioria de turistas nacionais (94,4%) • Principais mercados emissores nacionais: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo • Principais mercados emissores internacionais: Argentina, Chile e Estados Unidos • Público eminentemente feminino (71,3%) • Alto índice de escolaridade (84% superior completo e pós-graduado) • Idade média: 40,4 anos • Maioria assalariada, mas com alta incidência de aposentados • Renda média R\$ 5.476,18 • 98% viajam em família ou com amigos • 81% viajaram através de agência de viagem, mas apenas 8,9% utilizaram agência de viagem local • Gasto médio de R\$ 742,89 • Permanência de até 24 horas • Composição dos gastos: Diversão (shows, festas, feiras, etc.), compras e alimentação • 82,2% realizaram compras

• 77% adquiriram artesanato
• 89,7% pretendem retornar
• 91,7% recomendarão o destino
• Aspectos que mais agradaram: hospitalidade, festas, Centro Histórico
• Aspectos que menos agradaram: limpeza pública, odor de urina e insegurança

SUINVEST/SETUR 2011

O fluxo identificado como prioritário nas pesquisas de campo foi o segmento náutico de recreio e esporte, incluindo os segmentos de pesca esportiva e de mergulho. O turista náutico de recreio e esporte permanece mais tempo no Estado e declara-se propenso a mais pernoites na localidade visitada, desde que exista infraestrutura náutica e turística disponível.

Este tipo de turista registra um gasto médio relativamente baixo na localidade, mas, nesta avaliação, levou-se em consideração que, na maioria das localidades visitadas, com exceção do item alimentação, quase não existe oferta de produtos ou serviços a serem adquiridos.

Para melhor entendimento do potencial de desenvolvimento deste segmento, distinguiu-se o turista que utiliza embarcações próprias daquele que usa embarcações alugadas (bases de *charter* ou passeio organizado por agências ou marinas), bem como o visitante nacional do estrangeiro. No final, optou-se por um perfil consolidado, como mostram os quadros a seguir:

QUADRO 31

PERFIL DO TURISTA ESTRANGEIRO DE RECREIO E ESPORTE (EMBARCAÇÃO PRÓPRIA)
• Tem entre 40 e 50 anos
• Possui poder aquisitivo elevado
• Gasta, em média, cinco vezes mais que um turista convencional
• Profissional liberal ou empresário
• Interessa-se por cultura, gastronomia e esportes da região visitada
• Vive a bordo a maior parte do tempo
• Principal mercado emissor: Europa e Estados Unidos
• Visita vários destinos durante a permanência no Brasil

SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 32

PERFIL DO TURISTA NACIONAL NÁUTICO DE RECREIO E ESPORTE (EMBARCAÇÃO PRÓPRIA)
• Classe média alta ou classe alta
• Empresário ou profissional liberal
• Possui tempo disponível para viagens longas
• Utiliza embarcações que permanecem no mesmo porto ou marina por mais de seis meses
• Quando não reside próximo ao destino, possui segunda residência no local

SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 33

PERFIL DO TURISTA NACIONAL NÁUTICO DE RECREIO E ESPORTE (EMBARCAÇÃO ALUGADA)

- Pertence à classe média
- Utiliza serviços de aluguel oferecidos pelas marinas e clubes náuticos
- Realiza viagens curtas, de fim de semana

SUINVEST/SETUR 2011

Importante observar que o turismo náutico de recreio e esporte, que utiliza embarcações alugadas, vem se popularizando ao longo dos anos, modificando-se a ideia de que turistas de menor poder aquisitivo não fazem parte do mercado de turismo náutico. Neste caso, inexistem custos com acomodação, já que muitos barcos são usados para pernoite, e os gastos do turista são dirigidos aos serviços oferecidos em cada destino, como restaurantes, lojas, bares.

Percebeu-se, entretanto, que no mercado de turismo náutico, diversas características são comuns à maioria dos usuários. Os serviços mais utilizados são:

QUADRO 34

SERVIÇOS MAIS UTILIZADOS

- Restaurantes
- Animação noturna
- Atividades esportivas
- Compras
- Atividades naturais
- Visitas culturais – circuitos turísticos
- Roteiros turísticos diversificados

SUINVEST/SETUR 2011

Com relação às razões para escolha do destino, o usuário náutico leva em consideração os seguintes fatores:

QUADRO 35

PRINCIPAIS FATORES PARA ESCOLHA DO DESTINO

- Proximidade dos atrativos
- Atividades de lazer e de recreio
- Indicação de amigos
- Qualidade dos serviços
- Possibilidade de descanso
- Atividades esportivas (regatas, competições)
- Clima da região
- Preço

SUINVEST/SETUR 2011

Existem também outros fatores que influenciam a escolha:

QUADRO 36

OUTROS FATORES PARA ESCOLHA DO DESTINO	
•	Equipamentos gerais
•	Entorno urbano
•	Vias de acesso com possibilidade de transporte intermodal
•	Acesso aos portos vindo de terminais aeroportuários, ferroviários e rodoviários
•	Promoção do destino
•	Respeito aos limites de acolhida
•	Conservação do ambiente
•	Segurança
•	Existência e condições dos ancoradouros e fundeadouros

SUINVEST/SETUR 2011

A escolha do turista náutico de recreio e esporte como segmento-alvo do programa se justifica, portanto, por várias razões. Primeiro, pelo volume que representa atualmente e pelo potencial de crescimento verificado nos estudos apresentados.

Além disso, os indicativos de público específico para os segmentos de pesca esportiva e mergulho demonstram que a implantação de projetos que venham oferecer outras modalidades de esportes náuticos pode agregar valor à comercialização de roteiros náuticos, incrementando o fluxo e aumentando a permanência do turista na BTS.

Nota-se também que a proposta de aliar o turismo náutico ao segmento cultural, com roteiros que ofereçam belezas naturais, patrimônio artístico-cultural, história e gastronomia podem mobilizar um público mais qualificado, o turista estrangeiro, que permanece mais tempo nas localidades visitadas e, conseqüentemente, que gasta mais, como mostram os resultados da pesquisa *Dimensionamento e Caracterização do Turismo na Bahia - 2011*, apresentados nos quadros 37, 38, 39 e 40.

QUADRO 37 GASTO MÉDIO TURISTA DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO NA BAHIA - 2011

Gasto médio na Bahia	Turista Doméstico	Turista Estrangeiro
Gasto médio	R\$ 1.079,00	R\$ 2.323,00
Gasto médio individual total	R\$ 595,00	R\$ 1.315,84
Gasto médio individual dia	R\$ 88,04	R\$ 98,53

FIPE – 2011

QUADRO 38 GASTO MÉDIO TURISTA DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO NAS LOCALIDADES - 2011

Gasto médio na localidade	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	R\$ 877,75	R\$ 1.512,40

FIPE - 2011

QUADRO 39 NÚMERO DE PERNOITES DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO NA BAHIA - 2011

Número de pernoites na Bahia	Domésticos	Estrangeiros
1 ou 2 pernoites	29,8%	7,7%
3 ou 4 pernoites	31%	14,9%
5 ou 7 pernoites	22,5%	27,3%
8 ou 15 pernoites	10,7%	30,4%
16 pernoites ou mais	6%	19,7%
Média de pernoites	6,8 pernoites	13,7 pernoites

FIPE - 2011

QUADRO 40 NÚMERO DE PERNOITES DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO NAS LOCALIDADES – 2011

Número de pernoites na localidade	Nacionais	Estrangeiros
1 ou 2 pernoites	36,4%	29,8%
3 ou 4 pernoites	31,4%	23,6%
5 ou 7 pernoites	20%	26,5%
8 ou 15 pernoites	7,7%	15,7%
16 pernoites ou mais	4,6%	4,6%
Média de pernoites	5,8 pernoites	6,3 pernoites

Fonte: FIPE – 2011

O perfil consolidado do turista náutico de recreio e esporte, apresentado no Quadro 41, aponta para uma excelente perspectiva do desenvolvimento do segmento náutico, bem como para o enorme potencial da BTS para o desenvolvimento de esportes náuticos aquáticos e subaquáticos, como refere o Quadro 41, contendo a síntese do perfil do turista de mergulho:

QUADRO 41

PERFIL DO TURISTA NÁUTICO DE RECREIO E ESPORTE
• Maioria de turistas nacionais (91%) • Principais mercados emissores nacionais: São Paulo, Minas Gerais e Ceará • Principais mercados emissores internacionais: Argentina, Chile e França • Predominância do público masculino (55,6%) • Alto índice de escolaridade (84% superior completo e pós-graduado) • Idade média: 32 anos • Maioria assalariada, mas com alta incidência de profissionais liberais e empresários

• Renda média R\$ 3.852,41
• 57,8% viajam em família ou com amigos
• Gasto médio de R\$ 414,61
• Permanência na localidade: 01 dia
• Composição dos gastos: 40% transporte; 38,6% alimentação; 2,7% compras
• 50% influenciados por amigos ou parentes
• 71% utilizaram escuna e 17,8% catamarã
• 44,4% compraram passagem por conta própria; 26,7% agências e 20% hotel
• 86% demonstraram desejo em conhecer outras localidades da BTS
• 66,7% manifestaram desejo de permanecer mais tempo na localidade visitada
• 81,4% pretendem retornar
• 88,4% recomendarão o destino
• Aspectos que mais agradaram: belezas naturais e hospitalidade
• Aspectos que menos agradaram: sujeira nas praias, falta de infraestrutura e preço
• Localidades mais visitadas: Ponta de N. Senhora (Ilha dos Frades); Itaparica e Ponta de Areia (Itaparica).

SUINVEST/SETUR 2011

Especificamente no segmento de mergulho, percebe-se um forte interesse do turista estrangeiro pela atividade, contabilizando 25% do fluxo total de turistas que utilizaram os serviços das agências especializadas neste tipo de lazer, durante o ano de 2011.

Observa-se que 27% dos entrevistados disseram ter escolhido a localidade em função da oferta de locais apropriados para a prática de mergulho, enquanto 50% optaram pelo lazer. Verifica-se ainda a predominância da utilização de agências de viagem e de agências especializadas locais, por 51,3% dos entrevistados.

QUADRO 42

PERFIL DO TURISTA NÁUTICO DE MERGULHO
• Maioria de turistas nacionais (75%), mas com incidência relativamente alta de estrangeiros (25%)
• Principais mercados emissores nacionais: São Paulo, Paraná e Distrito Federal
• Principais mercados emissores internacionais: Argentina, Estados Unidos e Inglaterra
• Predominância do público masculino (75%)
• Alto índice de escolaridade (70,5% superior completo e pós-graduado)
• Idade média: 35,8 anos
• Maioria assalariada, mas com alta incidência de profissionais liberais e empresários
• Renda média R\$ 7.593,14
• 77,1% viajam em família ou com amigos e colegas de trabalho
• 77,3% utilizaram voo regular/ <i>charter</i> como meio de transporte
• 70,5% hospedaram-se em hotéis e similares
• Gasto médio de R\$ 2.533,82

• Permanência na localidade: 5,6 pernoites
• Tempo médio de experiência em mergulho: 6,1 anos
• 72,7% viajam em média 4 vezes por ano pelo Brasil para praticar mergulho
• Principais atrativos do mergulho na Bahia: temperatura da água (61,4%); navios naufragados (52,3%); fauna (43,2%); transparência das águas (34,1%); e distância entre costa e local do mergulho (34,1%)
• Composição dos gastos: 40% transporte; 38,6% alimentação; 2,7% compras.
• 22% influenciados por certificadoras e 19,5% por comentários de amigos ou parentes
• 51,3% utilizaram os serviços de agência de viagem ou de agência especializada local
• 50% alugaram o equipamento de mergulho
• 90% demonstraram desejo em conhecer outras localidades da BTS
• 77% manifestaram desejo de permanecer mais tempo na localidade visitada
• 91% pretendem retornar
• 97% recomendarão o destino
• Aspectos que mais agradaram: belezas naturais e hospitalidade.
• Aspectos que menos agradaram: sujeira nas praias, falta de infraestrutura e preço.

SUINVEST/SETUR 2011

O turista náutico de recreio e esporte, portanto, é o segmento de público que, efetivamente, pode responder com mais rapidez aos investimentos previstos neste plano de ação.

Vale destacar a importância do turista náutico de recreio e esporte com embarcação própria. Segundo dados do MTur, este tipo de turista é o que mais gasta com alimentação, compras, passeios e lazer, de modo geral. Também geram postos de trabalho ao contratar serviços de manutenção e marinheiros (a média de gastos do turista náutico estrangeiro com embarcação própria é de US\$ 3 mil por mês).

Cadeia Produtiva do Turismo Náutico

A Cadeia Produtiva do Turismo Náutico pode ser vista como o conjunto das empresas e dos elementos materiais e imateriais que realizam atividades ligadas ao turismo náutico, com procedimentos, ideias, ordenações, afinidades e atividades. O mercado do turismo náutico existe, é crescente e dispõe de alternativas.

De acordo com estudos realizados pelo MTur, esta cadeia produtiva caracteriza-se por ser intensiva em mão de obra, geograficamente dispersa e possuir um grande potencial de crescimento.

Os empregos gerados revestem-se de um significado social muito importante, na medida em que, na maioria dos casos, viabilizam a fixação da população litorânea em suas comunidades de origem, verificada pelo fato de que 92,8% dessa mão de obra residem no local onde está a embarcação.

A participação da mão de obra direta na fabricação de embarcações de esporte e lazer varia entre 30% e 40%, sendo que embarcações maiores são proporcionalmente mais intensivas de recursos humanos.

O caráter artesanal da produção de embarcações, percebido nos estudos do MTur pelo volume de construtores espalhados por todo o Brasil, gera a qualificação dessa mão de obra em um determinado ofício. Esta especialização facilita a relocação do trabalhador e o valoriza dentro do mercado de trabalho. Os empregos diretos beneficiam, em média, 10 pessoas, sem contar com o emprego indireto, naturalmente trazido pela atividade turística e náutica.

Embora pulverizada, a receita gerada pela atividade náutica de recreio é bastante significativa. Para se ter ideia do volume de recursos e receitas gerados por esta atividade, realizou-se um levantamento com 500 embarcações, com disponibilidade média de cerca de 9.700 vagas para transporte de passageiros de turismo náutico, diariamente.

Se tomarmos como base o período do verão, quando o movimento é mais intenso, temos 120 dias entre novembro e fevereiro. Se considerarmos que as 500 embarcações efetuem pelo menos uma saída por dia nesse período, transportando a metade de sua capacidade (4.850 passageiros), ao preço médio de R\$ 35,00 (trinta e cinco reais) por passageiro, encontraremos um volume de receita da ordem de R\$ 20.370.000,00 (vinte milhões, trezentos e setenta mil reais), nos quatro meses da considerada alta temporada.

Do ponto de vista do turismo náutico de recreio e esporte, realizado com embarcações próprias, dados coletados em 11 marinas e clubes náuticos que, juntos, possuem 2.561 vagas, dão o indicativo da capacidade do setor em gerar receita. Estimando que o aluguel médio mensal de cada vaga seja de R\$ 900,00 (novecentos reais), cada vaga gera uma receita anual de R\$ 10.800,00 (dez mil e oitocentos reais). Juntas, correspondem a uma receita anual de R\$ 27.658.800,00 (vinte e sete milhões seiscentos e cinquenta e oito mil e oitocentos reais).

Se considerarmos que a parcela de serviços de manutenção da frota ancorada seja de 10% do valor da mensalidade, ou seja, de R\$ 90,00 (noventa reais), e que essas marinas ao longo do ano apresentem uma taxa de ocupação de 70%, correspondendo a 1.792 vagas, anualmente, tais serviços arrecadariam R\$ 1.935.360,00 (um milhão novecentos e trinta e cinco mil e trezentos e sessenta reais), proporcionando uma receita fiscal de ISS anual da ordem de R\$ 96.768,00 (noventa e seis mil setecentos e sessenta e oito reais).

Os cálculos acima não consideraram serviços como lavagem, reparos em motores, reparos em cascos, reparos elétricos, deslocamentos de embarcações e seguros coletivos. Também não foram levados em consideração os valores que os municípios arrecadam através do IPTU incidente sobre os terrenos das marinas, possivelmente a maior receita fiscal referente à atividade. Um dado complementar é que a projeção acima sobre a taxa de ocupação não distinguiu alta ou baixa temporada.

Emprego e renda

A taxa média de empregos diretos gerados pela atividade náutica pode ser dimensionada pelo número de tripulantes das embarcações. Como a maioria das embarcações ancoradas na BTS é de 31', requerendo serviços de até três funcionários, estima-se que 90,4%, ou 4.520, das 5 mil embarcações, empreguem, em média, 2 profissionais.

Isso significa que o número de empregos gerados pela atividade náutica de recreio e esporte, realizada com embarcações próprias, seja de aproximadamente 10 mil postos de trabalho, cujo faturamento médio mensal é da ordem de R\$ 206.815.000,00

(duzentos e seis milhões oitocentos e quinze mil reais), como demonstram as tabelas 104 e 105.

TABELA 106
NÚMERO DE EMPREGOS

Quantidade	Percentual	Nº de funcionários p/ embarcação	Fator de cálculo	Totais
De 01 a 02	56,4%	2.820	2.820 x 1.5	4.230
De 02 a 03	34%	1.700	1.700 x 2.5	4.250
De 04 a 05	2,2%	110	110 x 4.5	495
+ de 05	2,2%	110	110 x 5.5	605
NI *	5,1%	225	225 x 2	450
Total	100%	5.000	-	10.030

NI = Não Informado

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

TABELA 107
NÚMERO DE EMPREGOS - FATURAMENTO MÉDIO MENSAL

Nº de funcionários	Percentual	Faturamento médio mensal	Fator de cálculo	Totais
3.980	39,8%	Até 2 SM	1,5 SM (R\$933,00)	R\$ 37.133.400,00
2.060	20,6%	2 a 4 SM	3 SM (R\$1.866,00)	R\$ 38.439.600,00
1.030	10,3%	4 a 8 SM	6 SM (R\$3.732,00)	R\$ 38.439.600,00
780	7,8%	8 a 12 SM	10,5SM(R\$6.531,00)	R\$ 50.941.800,00
360	3,6%	12 a 16 SM	13,5SM(R\$8.397,00)	R\$ 30.229.200,00
110	1,1%	+ de 16 SM	17 S(R\$ 10.574,00)	R\$ 11.631.400,00
1.680	16,8%	NI*	-	-
10.000	100%	-	-	R\$ 206.815.000,00

NI = Não Informado

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Para além do custo fixo mensal com tripulação, a atividade náutica de recreio e esporte gera receita e empregos indiretos com a manutenção das embarcações. De acordo com os dados levantados pela Suinvest/Setur nas marinas e clubes da BTS, o gasto médio mensal de mão de obra com embarcações representa o montante de R\$ 8.379.000,00 (oito milhões trezentos e setenta e nove mil reais), computados aqui somente os serviços de mecânica, eletricidade, marcenaria e limpeza de casco.

Somados ao custo de reposição de peças e produtos, estimado em R\$ 2.668.500,00 (dois milhões seiscentos e sessenta e oito mil e quinhentos reais), totaliza o montante de R\$ 11.067.750,00 (onze milhões sessenta e sete mil setecentos e cinquenta reais), conforme demonstrado nas tabelas 106 e 107.

TABELA 108
GASTO MÉDIO MENSAL COM MANUTENÇÃO (MÃO DE OBRA)

Nº de embarcações	Percentual	Gasto com mão de obra	Fator de cálculo	Totais
940	18,8%	R\$ 1,00 a 1.000	R\$ 500,00	R\$ 470.000,00
2.000	40%	R\$ 1.001 a 2.000	R\$ 1,5 mil	R\$ 3.000.000,00

580	11,6%	R\$ 2.001 a 3.000	R\$ 2,5 mil	R\$ 1.450.000,00
325	6,5%	R\$ 3.001 a 4.000	R\$ 3,5 mil	R\$ 1.137.500,00
90	1,8%	R\$ 4.001 a 5.000	R\$ 4,5 mil	R\$ 405.000,00
225	4,5%	R\$ 5.001 a 8.000	R\$ 6,5 mil	R\$ 1.450.000,00
55	1,1%	+ de R\$ 8.000	R\$ 8,5 mil	R\$ 467.500,00
785	15,7%	NI*	-	-
5.000	100%	-	-	R\$ 8.379.000,00

NI = Não Informado

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

TABELA 109

GASTO MÉDIO MENSAL COM MANUTENÇÃO (REPOSIÇÃO DE PEÇAS E PRODUTOS)

Nº de embarcações	Percentual	Gasto com reposição de peças	Fator de cálculo	Totais
3.745	74,9%	R\$ 1,00 a 1.000	R\$ 500,00	R\$1.825.000,00
350	6,9%	R\$ 1.001 a 2.000	R\$ 1,5 mil	R\$ 525.000,00
22	0,4%	R\$ 2.001 a 3.000	R\$ 2,5 mil	R\$137.500,00
11	0,2%	R\$ 3.001 a 4.000	R\$ 3,5 mil	R\$38.500,00
-	0%	R\$ 4.001 a 5.000	R\$ 4,5 mil	-
22	0,4%	+ de R\$ 5.000,00	R\$ 6,5 mil	R\$143.000,00
850	17%	NI*	-	-
5.000	100%	-	-	R\$ 2.668.500,00

NI = Não Informado

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

10.5 SELEÇÃO DAS ÁREAS DE INTERVENÇÃO

Como visto anteriormente, para selecionar as áreas de intervenção do programa adotaram-se critérios híbridos, vinculados à Teoria de Geossistemas e ao conceito de Territórios de Identidade.

O primeiro passo para a seleção das áreas foi identificar aquelas potenciais para o desenvolvimento dos dois segmentos prioritários: Náutico e Cultural. Para além do Plano Estratégico de Turismo Náutico na BTS, as áreas destinadas ao turismo náutico foram selecionadas a partir da metodologia multicriterial, desenvolvida pelos especialistas náuticos croatas Mirjana Kovačić e Čedomir Dundović, através da pesquisa *Criteria for selecting a location for a port of Nautical Tourism (Critérios para a seleção de local para um porto de Turismo Náutico)*.

Aplicada com especialistas em náutica da Croácia e de mais cinco países europeus, a pesquisa teve por objetivo definir possibilidades e restrições espaciais e propor critérios para a tomada de decisão na exploração comercial do domínio marinho, através de uma ação integrada com o meio ambiente costeiro, com vistas a assegurar a preservação dos recursos naturais.

Com base nos resultados obtidos na análise da opinião dos especialistas, os autores identificaram os critérios para seleção e os classificaram de acordo com a ordem de importância, embora destaquem que cada atividade econômica em zona costeira exige uma reavaliação e uma reorganização da área em questão.

Para aferir as potencialidades náuticas da área selecionada no Prodetur Nacional Bahia, o Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos, foram contatados 38 especialistas brasileiros. Mas apenas 13 responderam aos questionários, enviados por e-mail, resultando em um índice de resposta de 34,21%, taxa bem próxima do quantitativo obtido no estudo dos especialistas croatas, que foi de 34,55%.

Da mesma forma que no estudo dos especialistas croatas, a metodologia foi aplicada à BTS, através da pontuação de três conjuntos de critérios que abrangem desde os macros fatores naturais, institucionais, ambientais, técnicos e tecnológicos, econômicos e socioculturais até subcritérios relacionados especificamente à náutica, como batimetria e proteção contra ondas do mar e ventos, passando por outras características geográficas, hidrográficas, microclimáticas e infraestruturais, além de capacidade de carga, qualificação profissional e benefícios diretos e indiretos para a população local.

Os resultados do estudo indicam que, para os especialistas brasileiros, os fatores institucionais, como o desenvolvimento de políticas e planos regionais, e os fatores naturais, a exemplo das características oceanográficas e hidrográficas locais, seguidos dos fatores socioculturais, são os critérios mais importantes a serem observados na seleção de um local para a instalação de um porto de turismo náutico. Os fatores ambientais que mereceram atenção especial dos especialistas europeus obtiveram baixa pontuação na classificação dos especialistas brasileiros.

Pelo estudo, a Baía de Todos-os-Santos, em toda a sua extensão, atende aos requisitos essenciais indicados pelos especialistas brasileiros, constituindo-se assim em múltiplas possibilidades para a instalação de portos de turismo náutico, dependendo apenas de fatores institucionais que venham fortalecer este segmento turístico.

Além disso, procurou-se contemplar as reivindicações do trade turístico e das comunidades locais, estabelecidas no Plano Estratégico de Turismo Náutico da BTS e já mencionados no início deste capítulo; os critérios da Pesquisa Critérios para a seleção de local para um porto de Turismo Náutico; o Plano de Gerenciamento Costeiro da região; a capacidade de carga; e infraestrutura já existente.

Levaram-se em consideração, ainda, os resultados obtidos com os levantamentos da atratividade natural e cultural, da vocação para o desenvolvimento de esportes náuticos e das possibilidades de atração de investimentos turísticos privados na região. Por fim, os aspectos mais relevantes foram confrontados com os indicadores sociais das localidades.

As áreas selecionadas, já citadas no início deste trabalho, abrangem 16 municípios do polo Turístico Baía de Todos-os-Santos. Mas apenas quatro deles serão considerados âncoras.

10.5.1 Metropolitana I

A área ou geossistema denominado aqui de Metropolitana I reúne os municípios de Salvador, São Francisco do Conde, Candeias, Madre de Deus e Simões Filho.

A área Metropolitana I é predominantemente urbana e industrializada. Os cinco municípios juntos possuem uma superfície de cerca de 1.446 km² e população de 2.927.420 habitantes, sendo 91,4% residente em Salvador, a capital do Estado. Os demais municípios contabilizam 251.764 moradores, apenas 8,6% do total da população da área.

O tipo de ocupação do solo, a atividade econômica, as características geomorfológicas e hidrográficas bem como a cultura local são os aspectos que esses municípios têm em comum e que justificam a sua aglutinação na área aqui denominada de Metropolitana I, como apresenta o Quadro 33:

QUADRO 43

ASPECTOS COMUNS DA ÁREA SELECIONADA	
	Atividade industrial e de comércio e serviços
•	Predominância de áreas urbanas
•	Culturas produtivas: subsistência, pesca artesanal, maricultura
•	Solo de massapé, de boa tença, capaz de ofertar ancoragem segura
•	Perfil geológico de ondulado a semiondulado
•	Região litorânea, rica em recursos hídricos superficiais e de subsolo e com boa pluviosidade, tanto em termos quantitativos como na sua distribuição durante as estações do ano
•	Ocupação fundiária caracterizada por pequenas propriedades, com exploração de fruticulturas e olericultura e, em grande parte, com finalidade de lazer
•	Predominância da cultura de origem africana
•	Arquitetura colonial
•	Vegetação predominante: Mata Atlântica
•	Tipo de navegação marítima: águas salgadas
•	Condições climáticas: Tropical durante o ano todo
•	Temperatura das águas: média de 26°C
•	Correntes de vento: constantes entre 10 e 25 nós
•	Fundo do mar: basicamente areia com pequenos pontos de lama
•	Batimetria – profundidade média de 6 metros, oscilando de 2 a 12 metros, com exceção de S.F. do Conde (1,5m)
•	Visibilidade submarina: boa, de 10 a 20m
•	Movimento das correntes marítimas: Fraco a moderado
•	Movimento da maré: oscilação de 4 a 12 metros

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

O PIB *per capita* é bastante representativo, mas a pujança econômica e a boa arrecadação fiscal dos municípios não são revertidas em benefícios da população mais carente. Isso, ao longo dos anos, produziu um enorme fosso de desigualdade social, como mostra as tabelas 108 a 110.

TABELA 110 ASPECTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DOS MUNICÍPIOS

Município	População Total	PIB per capita (R\$)	IFDM	IDS	IDE
Salvador	2.675.656	10.948,50	0,7636	5.276,69	5.678,10
M. de Deus	17.376	14.681,99	0,6827	5.150,43	5.072,16
Simões Filho	118.047	25.786,41	0,5786	5.038,81	5.191,52
Candeias	83.158	39.471,86	0,6419	5.067,42	5.188,25
S. F do Conde	33.183	360.815,83	0,7312	5.085,12	5.299,35

Fontes: IBGE/2010 – FIRJAM/2009 – SEI/2006 – SEI/2006

TABELA 111**POPULAÇÃO COM MAIS DE 10 ANOS POR CLASSE DE RENDIMENTO (SALÁRIO MÍNIMO)**

Município	Total	Até 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 5	5 a 10	10 a 20	+ de 20	* s/ rendimento
Candeias	70.394	5,66%	21,88%	13,82%	8,61%	1,26%	0,19%	0,05%	48,52%
M. Deus	14.812	5,26%	17,94%	15,22%	9,69%	2,25%	0,49%	0,05%	49,09%
Salvador	2.331.775	4,78%	24,02%	16,11%	10,6%	4,56%	1,83%	0,67%	37,42%
S F Conde	27.652	5,71%	25,60%	15,87%	6,25%	1,05%	0,17%	0,06%	45,29%
S. Filho	97.697	7,63%	24,29%	14,93%	7,17%	1,14%	0,17%	0,03%	44,63%

Fonte: IBGE 2010 - * sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

TABELA 112**DOMICÍLIOS PARTICULARES POR CLASSE DE RENDIMENTO *PER CAPITA* (SALÁRIO MÍNIMO)**

Município	Total	Até 1/4	1/4 a 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 3	3 a 5	+ de 5	* s/ rendimento
Candeias	24.892	13,1%	23,03%	29,65%	16,2%	4,03%	2,11%	0,71%	11,24%
M. Deus	5.172	14,1%	21,27%	26,47%	18,4%	5,22%	3,05%	1,89%	9,51%
Salvador	858.887	08,7%	18,64%	27,77%	18,7%	6,73%	6,37%	7,45%	5,54%
S F Conde	9.429	14,5%	29,26%	29,64%	13,7%	3,34%	1,62%	0,86%	7,06%
S. Filho	35.000	15,4%	24,96%	29,99%	15,8%	3,89%	1,77%	0,71%	7,49%
Média	933.380	13,1%	23,43%	28,70%	16,6%	4,64%	2,98%	2,32%	8,15%

Fonte: IBGE 2010* sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

Se tomarmos como base que o número médio de pessoas residentes por domicílio com rendimento *per capita* que varia de ¼ a dois salários mínimos, é de 3,2 pessoas por domicílio, chegamos à seguinte conclusão: 391.127 pessoas sobrevivem mensalmente com R\$ 155,50; 699.810 sobrevivem mensalmente com R\$ 233,00; 267.880 com R\$ 466,50; 154.941 com R\$ 933,00; e 76.070 pessoas sobrevivem sem rendimento algum, apenas com os benefícios sociais.

Se analisarmos a situação dos municípios desta área, a partir do indicador FIRJAN²⁶, obteremos um nível de desenvolvimento que varia entre o regular (Madre de Deus, Simões Filho e Candeias) a moderado (Salvador e São Francisco do Conde). O mesmo acontece com os índices de Desenvolvimento Social (IDS)²⁷ e de Desenvolvimento Econômico (IDE)²⁸, com todos os municípios enquadrados no nível moderado de desenvolvimento social e econômico.

As atividades econômicas estão relacionadas ao comércio e serviço em função de Salvador, mas nos demais municípios a atividade econômica está diretamente associada ao refino de petróleo, embora a população mais pobre desenvolva atividades vinculadas à piscicultura, à maricultura e ao turismo, como apresentado na Tabela 113.

²⁶ O índice FIRJAN de desenvolvimento dos municípios é um estudo analítico anual que a partir da desagregação dos dados municipais estabelece um patamar de desenvolvimento municipal. É composto de três variáveis econômicas: emprego e renda; educação e saúde. O nível de avaliação é apresentado de 0 a 1. O baixo nível de desenvolvimento vai até 0,4, enquanto o regular vai de 0,4001 a 0,6, o moderado de 0,6001 a 0,8, e o alto de 0,8001 a 1.

²⁷ O IDS está estruturado no pressuposto de que a população dos municípios está sendo atendida por serviços de educação e saúde, ao tempo em que tem acesso aos serviços de água tratada e energia elétrica.

²⁸ O IDE é definido como resultante dos níveis de infraestrutura e qualificação de mão de obra existente e da renda gerada localmente.

TABELA 113 - NÚMEROS DE PESCADORES, EMBARCAÇÕES E PRODUÇÃO DOS MUNICÍPIO, 2010

Municípios	Nº de pescadores/ marisqueiras	Nº de embarcações tradicionais	Produção em t/ano
Candeias	507	162	389,3
Madre de Deus	935	283	898,0
Salvador	5.240	1.460	4.870,5
S. F. do Conde	1.478	428	920,8
Simões Filho	86	134	266,6
Total	8.246	1.467	7.345,2

Fonte: Bahia Pesca/2010

Entretanto, esses municípios reúnem cenários naturais de rara beleza, espalhados no extenso litoral, e rico patrimônio cultural, material e imaterial. Em todos eles, verifica-se potencial para o desenvolvimento do turismo náutico e sua interface com o segmento cultural.

Apesar do processo de degradação que atravessa nos últimos anos, Salvador apresenta-se como ponta de lança dessa área, com vistas a se constituir no indutor de desenvolvimento, sobretudo na sua parte insular, formada pelas ilhas de Maré, dos Frades e Bom Jesus dos Passos que, atualmente, reúnem os principais pontos de infraestrutura náutica da BTS, além de população altamente carente de oportunidades de emprego e renda, como mostra o Quadro 44.

QUADRO 44 POPULAÇÕES TRADICIONAIS

Ilhas	População	População de baixa renda (%)*	Populações tradicionais
Maré	4.230	26,70	Bananeiras e Praia Grande
Frades	733	21,43	Mocambo
B.Jesus	1.465	18,16	Bom Jesus
Total	6.428	22.09%	04 comunidades

Fonte: Suinvest/SETUR 2011

* Percentual da população com rendimento per capita de até R\$ 70,00

E não poderia ser diferente. A capital, Salvador, possui a maior infraestrutura turística do Estado, desde aeroporto internacional, porto e estradas de rodagem até hotéis e restaurantes de padrão internacional.

Na sua área continental, Salvador também possui infraestrutura náutica razoável e um patrimônio cultural de valor inestimável, principalmente na área do Centro Histórico e Centro Antigo, cuja população residente enfrenta problemas de vulnerabilidade e com poucas oportunidades de emprego e renda, como indicam as características contidas no quadro abaixo:

QUADRO 45

ÁREA DE ABRANGÊNCIA: CENTRO ANTIGO DE SALVADOR
Pelourinho – Sé
Misericórdia – Castro Alves
Santo Antônio – Carmo
São Bento – Barroquinha
Diagnóstico

Projeto de recuperação anterior não atentou para aspectos sociais e culturais da população excluída
Esvaziamento residencial
Dificuldade enfrentada pelos antigos moradores de se estabelecerem em bairros residenciais periféricos (forte rejeição dos vizinhos com o pessoal estigmatizado do Pelourinho – prostitutas, delinquentes e drogados)
Preponderância da cultura de “centro”, onde a produção prepondera sobre a moradia
Espaço de convergência de trabalho e consumo de bens e serviços. Isso leva os ex-moradores a voltarem a se estabelecer nas adjacências, presos pelos mesmos afazeres ou ao ócio que a diversidade do centro estimula. Os moradores de rua buscam inclusive a própria segurança.
Pessoas em situação de rua e moradia informal
Elevada incidência de conflitos interpessoais
Assédio a turistas
Turismo de baixa renda e turismo sexual (glamurização do sexo)
Igrejas e museus fechados nos finais de semana
Perfil socioeconômico da população vulnerável
Moradores locais: cerca de 8.500 moradores
Moradores de rua: cerca de 2.500 moradores de rua
Gênero: 55,3% mulheres
Mulheres chefes de famílias: 38,2% dos domicílios
Idade: 25 a 59 anos (48,3%); até 10 anos (10,7%); de 10 a 17 anos (10,9%); de 18 a 24 anos (15,4%); e 60 anos e mais (14,6%).
Crianças, adolescentes e jovens: menor de 01 ano – 1.180; 01 a 04 anos – 4.693; 05 a 14 anos – 12.119; e 15 a 24 anos – 15.709.
Etnia: Negros e pardos (78,4%)
Escolaridade: analfabetos (9,8%); ensino fundamental incompleto (27,2%); ensino fundamental completo (14%); ensino médio completo (38%); 3º grau completo (10,9%)
Situação ocupacional: indefinido (0,3%); desempregado (10%) ocupado (47,1%); inativo (42,6%)
Posição ocupação: assalariado privado (42%) e a autônomo (25%)
Renda: s/ declaração (18,4%); até 01 SM (27,7%); 01 a 02 SM (19,4%); 02 a 05 SM (22,1%)
Principais ocupações: 16% analfabetos funcionais; guardadores de carro; lavadores; prostitutas; jogador de bicho; e amolador de tesoura
Principais causas de morte: aparelho circulatório (incluindo derrame e infarto); neoplasias; causas externas; aparelho respiratório; e doenças infecciosas
Incidência de doenças relacionadas à condição de vulnerabilidade: tuberculose; DSTs; hepatite viral; AIDS; sífilis (congenita); sífilis (adulto); e hanseníase
Fonte: ERCAS/2009

Nessa área de Salvador estão concentrados também os principais investimentos privados em hotelaria, previstos para serem inaugurados até 2014, a exemplo do Fasano (Praça Castro Alves); Palace (Rua Chile); e Txaí (Sodré), dentre outros.

Atratividades e potencialidades turísticas

O potencial turístico dessa área começa por Salvador. Cidade de grande beleza natural, ela é cenário também de um dos mais importantes conjuntos arquitetônicos coloniais do mundo, localizado no Pelourinho, no Centro Histórico, considerado pela Unesco Patrimônio da Humanidade.

Afora os seus 66,6km de litoral, abrangendo as duas orlas – Orla Atlântica e a orla voltada para a Baía de Todos-os-Santos, o patrimônio histórico e o artístico-cultural aliados à hospitalidade e ao espírito festeiro do seu povo transformam a cidade em um destino turístico peculiar.

Apesar da ampla atividade industrial de refino de petróleo, os outros quatro municípios reúnem cenários naturais propícios para o segmento sol e praia e náutico de recreio e esporte. Em Candeias, os antigos engenhos de cana de açúcar cederam lugar a acervos culturais, como o Museu Wanderley de Pinho, acessível tanto por via terrestre como por via náutica. Madre de Deus reúne ilhas paradisíacas e uma boa infraestrutura náutica, servindo de ponto de distribuição de embarcações para as ilhas de Salvador e para outros municípios do entorno.

Simões Filho, apesar de não ser um município turístico, dispõe de excelente infraestrutura náutica, com clubes e marinas, além de agregar empresas de serviços de manutenção de embarcações. São Francisco do Conde oferece variadas opções de roteiros turísticos que envolvem desde atrações naturais e culturais a manifestações artísticas curiosas, produzidas pela comunidade quilombola do Monte Recôncavo, a exemplo das Paparutas, como mostram os quadros abaixo:

QUADRO 46
SALVADOR

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 408; UH's: 15.215; Leitos: 34.792 • Oferta de bares e restaurantes de padrão internacional • Oferta de roteiros turísticos • Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Em todo seu extenso litoral (Orla BTS, Orla Atlântica, ilhas de Maré, dos Frades e Bom Jesus dos Passos) • Parques ecológicos: São Bartolomeu, Abaeté, Ilha dos Frades • Rios, cachoeiras e manguezais: ilhas de Maré, dos Frades e Bom Jesus dos Passos • Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica • Esporte e aventura: ilhas de Maré, dos Frades e Bom Jesus dos Passos	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico-cultural: Sítios históricos vinculados à história da Bahia, do Brasil e da escravidão dos povos africanos • Patrimônio artístico-cultural: conjuntos de arquitetura colonial; imenso acervo de igrejas barrocas e seiscentistas; grande acervo em museus, fortificações, palácios, palacetes, sobrados • Feiras e mercados: Feira de São Joaquim (maior mercado livre da América Latina), Mercado Modelo, Ceasa Rio Vermelho, Feiras móveis de artesanato e Feira de Antiguidades.	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Capoeira, Maculelê, danças de origem portuguesa e africana, músicas de origem portuguesa e africana • Manifestações teatrais de origem portuguesa e africana • Gastronomia de origem portuguesa e africana • Artesanato • Festas: Carnaval, São João, Festas populares de origem portuguesa e africana, e festas religiosas origem portuguesa e africana • Religiosidade: Candomblé, Cultos católicos, Igrejas seculares,	

Memorial Irmã Dulce (a primeira santa baiana e a segunda do Brasil)
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
• Porto de passageiros de Salvador • 05 estaleiros: Estaleiro Corema, Estaleiro Logic Bahia, Estaleiro Dream, Estaleiro Sailing 21, Terminal de Serviços Aleixo Belov • Terminais Hidroviários: Terminal da Ilha Bom Jesus dos Passos, Terminal Hidroviário de Botelho (Ilha de Maré), Terminal Hidroviário de Paramana (Ilha dos Frades), Terminal Hidroviário de Ponta de Nossa Senhora (Ilha dos Frades), Terminal Náutico da Bahia (Antigo Centro Náutico), Terminal Turístico Igreja do Loreto (Ilha dos Frades), Terminal Hidroviário Via Náutica (Ponta de Humaitá-Monte Serrat), Terminal Hidroviário de São Tomé de Paripe • Clubes e Marinas: Bahia Marina, Marina Pier Salvador, Marina Bonfim, Terminal Náutico, Marinha da Penha, Clube Angra dos Veleiros, Saveiro Clube da Bahia e Yacht Clube da Bahia
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
• Iatismo • Remo / Canoagem • Mergulho • Pesca Esportiva • Pesca Submarina • Surfe / windsurfe / kaite surfe • Esqui aquático • Motonáutica • Natação em águas abertas

QUADRO 47 CANDEIAS

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 05; UH's: 79; Leitos: 237 • Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional • Oferta de poucos roteiros turísticos • Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS
• Praia: Caboto • Parques ecológicos: não tem • Rios, cachoeiras e manguezais: Enseada do povoado de Caboto • Vegetação: restinga (mangue) • Esporte e aventura: Não tem
ATRATIVOS CULTURAIS
Material
• Patrimônio histórico-cultural: Sítios históricos vinculados à história da Bahia, do Brasil e da escravidão dos povos africanos, área remanescente de quilombo. • Patrimônio artístico-cultural: Igreja Matriz de Nossa Senhora das Candeias, Engenho Freguesia (Museu Wanderley de Pinho), Igreja de Nossa Senhora da Encarnação de Passé, Engenho Matoim (sobrados e construções anexas) e Sítios arqueológicos • Feiras e mercados:

Imateriais
• Manifestações culturais: Samba (Batuque, Chula, Corrido, de Coco, de Lata e de Roda)
• Gastronomia de origem portuguesa e africana
• Artesanato
• Festas: Festa de Nossa Senhora das Candeias e São João
• Religiosidade: Candomblé, Cultos católicos, Igrejas seculares e Festa da padroeira N.S. das Candeias
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
• 01 Atracadouro – Caboto (Museu Wanderlei de Pinho)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
• Iatismo
• Mergulho
• Pesca Esportiva
• Pesca Submarina
• Surfe / windsurfe / kaite surfe
• Motonáutica
• Natação em águas abertas

QUADRO 48
MADRE DE DEUS

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 09; UH's: 133; Leitos: 313
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional
• Oferta de poucos roteiros turísticos
• Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS
• Praia: Em toda extensão da sede, Ilha de Maria Guarda, Ilha das Vacas, Praia da Costa, Cação, Ponta do Suape e Coroa do Capeta
• Parques ecológicos: Não tem
• Rios, cachoeiras e manguezais: Não tem
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica
• Esporte e aventura: Trilhas
ATRATIVOS CULTURAIS
Material
• Patrimônio histórico-cultural: Igreja Matriz de N. Sra. de Madre de Deus, Igreja Sagrada Família (Jesus, Maria, José) e mirante da Igreja
• Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais
• Manifestações culturais: Samba
• Gastronomia: frutos do mar
• Artesanato: madeira e conchas
• Festas: São João
• Religiosidade: Cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
• Terminal Hidroviário de Madre Deus
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
• Iatismo

• Remo / Canoagem
• Mergulho
• Pesca Esportiva
• Pesca Submarina
• Surfe / windsurfe / kaite surfe
• Esqui Aquático
• Motonáutica
• Natação em águas abertas

QUADRO 49
SÃO FRANCISCO DO CONDE

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 03; UH's: 65; Leitos: 147
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional
• Oferta de poucos roteiros turísticos
• Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS
• Praia: em toda extensão da orla; Ilha das Fontes e Monte Recôncavo
• Parques ecológicos: Não tem
• Rios, cachoeiras e manguezais: Sim
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e restinga
• Esporte e Aventura: Trilhas
ATRATIVOS CULTURAIS
Material
• Patrimônio artístico-cultural: Centro Histórico, Igreja de Nossa Senhora do Vencimento, Casa e Capela do Engenho D'Água, Mosteiro de São Bento das Lajes, Engenho, Sobrado e Fábrica da Ilha Cajaíba, Capela Santo Antônio de Mataripe, Engenho São Miguel, Engenho das Almas, Igreja e Convento de Santo Antônio, comunidades quilombolas
• Feiras e mercados: Mercado Municipal
Imateriais
• Manifestações culturais: Benzedura, Cura Parto & Reza, Capoeira, Maculelê & Orquestra de Berimbau, Cordel & Poesia Popular, Lindro Amor, Mascarados (Bombachos, Caretas, Mandus, Os Cães e Zambiapungas), Reis (Festa, Folia, Rancho, Reisado & Terno), e Samba (Batuque, Chula, Corrido, de Coco, de Lata e de Roda), As Paparutas
• Gastronomia: Frutos do mar e licores
• Artesanato: Conchas
• Festas: Festa do cais; Sirilândia; Bagunça da Cubamba; Carnaval cultural, São João e São Pedro; Festa do Caboclo, Concurso de fanfarras e Caruru do Lindro amor
• Religiosidade: Candomblé, Cultos católicos, Igrejas seculares
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
• 01 Atracadouro na sede
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
• Iatismo
• Mergulho

• Pesca Esportiva
• Pesca Submarina
• Surfe / windsurfe / kaite surfe
• Esqui aquático
• Motonáutica
• Natação em águas abertas

QUADRO 50
SIMÕES FILHO

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
• Oferta hoteleira: Como não é município turístico, não está no Cadastur
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia local
• Não oferece roteiros turísticos
• Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS
• Praia: Em todo seu extenso litoral
• Parques ecológicos: Não tem
• Rios, cachoeiras e manguezais: Não tem
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica
• Esporte e Aventura: Trilhas
ATRATIVOS CULTURAIS
Material
• Patrimônio histórico-cultural: Sítio arqueológico e 03 comunidades quilombolas
• Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais
• Gastronomia: Frutos do mar
• Artesanato: Papel machê e tecelagem
• Festas: São João
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
• 01 Estaleiro (B ₃ Boats)
• 01 Marina (Estaleiro Aratu)
• 01 Clube (Aratu late Clube)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
• Iatismo
• Remo / Canoagem
• Mergulho
• Pesca Esportiva
• Pesca Submarina
• Surfe / windsurfe / kaite surfe
• Esqui Aquático
• Motonáutica
• Natação em águas abertas

10.5.2 Metropolitana II

A área denominada aqui de Metropolitana II reúne os municípios de Itaparica, Vera Cruz e Salinas da Margarida. É predominantemente urbana e praieira. Os três municípios juntos possuem uma superfície de aproximadamente 567 km² e população de 71.748 habitantes.

O tipo de ocupação do solo, a atividade econômica, as características geomorfológicas e hidrográficas, bem como a cultura local são os aspectos que os quatro primeiros municípios têm em comum e que justificam a sua aglutinação na área aqui denominada de Metropolitana II.

Embora culturalmente esteja mais vinculado aos municípios do Recôncavo, Saubara integrará este geossistema em função da sua posição geográfica na composição de roteiros turísticos. Este município atuará como Município de Passagem nesta área. Por isso, sua caracterização virá de forma separada dos demais municípios.

O Quadro 51 apresenta as características comuns dos quatro primeiros municípios mencionados:

QUADRO 51

ASPECTOS COMUNS DA ÁREA SELECIONADA	
• Atividade econômica: Comércio, serviços, maricultura e turismo	
• Predominância de áreas urbanas	
• Culturas produtivas: Pesca artesanal, artesanato e maricultura	
• Solo de massapé, de boa tença, capaz de ofertar ancoragem segura. Em Itaparica se localiza a única estância de água hidromineral das Américas à beira-mar. Sua água é carbonatada e sulfatada, com boa dose de ácido carbônico, teor de radiatividade na fonte a vinte graus centígrados de 0,82 mches. Tem poder digestivo e diurético, sendo recomendada especialmente para pacientes com problemas no fígado e no baço	
• Perfil geológico: De ondulado a semiondulado	
• Região litorânea, rica em recursos hídricos superficiais e de subsolo e com boa pluviosidade, tanto em termos quantitativos como na sua distribuição durante as estações do ano	
• Ocupação fundiária caracterizada por pequenas propriedades, com exploração de fruticulturas e olericultura e, em grande parte, com finalidade de lazer	
• Predominância da cultura de origem portuguesa e africana	
• Arquitetura colonial	
• Vegetação predominante: Mata Atlântica com predominância de coqueirais. É cercada por recifes de corais, denominados "Recifes das Pinaúnas", que se prolonga de Bom Despacho até a Ponta de Aratuba	
• Tipo de navegação marítima: Águas salgadas	
• Condições climáticas: Tropical durante o ano todo	
• Temperatura das águas: Média de 24°C	
• Correntes de vento: Constantes entre 10 e 25 nós	
• Fundo do mar: Basicamente areia e lama	
• Batimetria – Profundidade média de 5 metros, oscilando de 4 a 8 metros, com exceção de alguma área de Mar Grande (0,5m)	
• Visibilidade submarina: Boa, de 10 a 20m	

• Movimento das correntes marítimas: Fraco a moderado
• Movimento da maré: Oscilação de 4 a 8 metros

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Em comparação com a área Metropolitana I, o PIB *per capita* registrado nos três municípios dessa área é baixíssimo, comprometendo a arrecadação municipal e, conseqüentemente, os investimentos em educação, saúde e infraestrutura, como referem as tabelas 112, 113 e 114.

Pelo índice FIRJAN, os três municípios se encontram em nível moderado de desenvolvimento municipal, o mesmo verificado com os índices de desenvolvimento social (IDS) e econômico (IDE)

TABELA 114 ASPECTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS DOS MUNICÍPIOS

Município	População Total	PIB per capta (R\$)	IFDM	IDS	IDE
Itaparica	20.725	4.933,00	0,5239	5.059,52	5.021,26
Salinas	13.456	4.398,11	0,5972	5.065,81	4.995,61
Vera Cruz	37.567	5.533,58	0,5354	5.128,53	5.064,89

Fontes: IBGE/2010 – FIRJAM/2009 – SEI/2006 – SEI/2006

TABELA 115

POPULAÇÃO COM MAIS DE 10 ANOS POR CLASSE DE RENDIMENTO (SALÁRIO MÍNIMO)

Município	Total	Até 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 5	5 a 10	10 a 20	+ de 20	* s/ rendimento
Itaparica	17.393	12,45%	27,56%	10,67%	4,62%	1,03%	0,18%	0,10%	43,41%
Salinas	11.148	25,42%	24,28%	7,52%	3,22%	0,75%	0,20%	0,05%	38,64%
Vera Cruz	31.508	13,72%	25,91%	9,76%	5,24%	1,54%	0,31%	0,10%	43,40%
Média	64.048	17,19%	25,91%	9,31%	4,36%	1,10%	0,23%	0,08%	41,81%

Fonte: IBGE 2010 - * sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

TABELA 116

DOMICÍLIOS PARTICULARES POR CLASSE DE RENDIMENTO PER CAPITA (SALÁRIO MÍNIMO)

Município	Total	Até 1/4	1/4 a 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 3	3 a 5	+ de 5	* s/ rendimento
Itaparica	6.341	20,04%	26,53%	28,15%	11,70%	2,95%	1,80%	1,20%	7,63%
Salinas	3.833	33,24%	24,76%	24,86%	8,51%	2,11%	1,25%	0,99%	4,25%
V. Cruz	11.749	22,75%	23,29%	26,07%	12,18%	3,81%	2,55%	1,88%	7,44%
Média	7.307	25,34%	24,86%	26,36%	10,79%	2,95%	1,86%	1,35%	6,44%

Fonte: IBGE 2010* sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

Tomando-se por base que o número médio de pessoas residentes por domicílio, com rendimento *per capita* que varia de ¼ a dois salários mínimos, é de 3,2 pessoas por domicílio, chegamos à seguinte conclusão: Dos 71.748 residente na área, 23.382 (32,5%) sobrevivem mensalmente com até R\$ 155,50; 17.836 (24,86%) com recursos entre R\$ 155,50 e R\$ 311,00; 18.912 (26,36%) com rendimentos entre R\$ 311,00 e R\$ 622,00; 7.741 (10,79%) entre R\$ 622,00 a 1.244,00; e 15.056 (6,44%) pessoas sobrevivem sem rendimento algum, apenas com os benefícios sociais.

As atividades econômicas estão relacionadas ao comércio, serviço, maricultura e também às culturas tradicionais, a exemplo da pesca artesanal, como apresentado na Tabela 115 e no Quadro 52.

TABELA 117 NÚMERO DE PESCADORES, EMBARCAÇÕES E PRODUÇÃO

Municípios BTS	Nº de Pescadores / marisqueiras	Nº de Embarcações	Produção em t/ano
Itaparica	1.987	244	491,9
Salinas	5.630	310	1.054,4
Vera Cruz	4.990	479	1.855,9
Total	12.607	1.033	3.402,2

Fonte: Bahia Pesca/2010

QUADRO 52 FAZENDAS DE CAMARÃO POR MUNICÍPIO

Município	Fazendas de Camarão
Itaparica	• Potimar Maricultura Ltda. • Acqua Products Ltda. • Jaguaripe Maricultura Ltda. • Francisco A. Mendes • Theodorico A. Limoeiro
Salinas da Margarida	• Orlando Batista de Aragão • Emilson José de Santana • Ribeiro Mares e Pescados • Hipólito Rosalvo Ribeiro • Luccamar • Salimar • Valença Maricultura Ltda.
Vera Cruz	• Edson Francisco dos Santos • Delta Maricultura

Fonte: Bahia Pesca/2010

Essa área concentra importantes empreendimentos privados em hotelaria, a exemplo do Club Med, em Vera Cruz. Até 2014, estão previstos investimentos no Grande Hotel de Itaparica, da ordem de US\$ 10 milhões.

Atratividades e potencialidades turísticas

A atratividade e potencialidade turística dos três municípios que compõem esta área ou geossistema estão diretamente vinculadas aos segmentos sol e praia e náutico de

recreio e esporte. Especialmente em Itaparica, podem-se agregar importantes atrativos culturais em função das suas igrejas e fortificações seculares.

Além disso, existem ali quatro sítios arqueológicos que remontam à pré-história. Em Salinas, o forte é o segmento sol e praia e o enorme potencial para a náutica. A gastronomia é outro elemento forte, com pratos à base de frutos do mar.

Em Vera Cruz fica a maior concentração de praias da Ilha de Itaparica, que reúne os dois municípios (Itaparica e Vera Cruz) e a Área de Proteção Ambiental do Recife das Pinaúnas, onde se situa uma grande extensão de recifes e corais. O Parque Ecológico de Baiacu é outra grande atração para os que se interessam por ecoturismo. Nos quadros 53, 54, 55 e 56 são apresentadas as principais atrações turísticas:

QUADRO 53
ITAPARICA

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 17; UH's: 271; Leitos: 647
Oferta de bares e restaurantes de padrão internacional
Oferta de roteiros turísticos
Oferta de roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS
Praia: Praia de Ponta de Areia, Praia do Forte e do Boulevard, Praia da Ponta do Mocambo ou Praia dos Namorados, Praia de Amoreiras, Porto Santo, dentre outras
Parques ecológicos:
Rios, cachoeiras e manguezais: Ilhas de Maré, dos Frades e Bom Jesus dos Passos
Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica
Esporte e Aventura: Trilhas e caminhadas
Estância Hidromineral de Itaparica
ATRATIVOS CULTURAIS
Material
Patrimônio histórico e artístico-cultural: Conjunto arquitetônico, urbanístico e paisagístico (inclusive Matriz do Santíssimo Sacramento), Fonte da Bica, Forte de São Lourenço, Igreja de São Lourenço, 04 sítios arqueológicos, sambaqui, armação, ruínas.
Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais
Manifestações culturais: Afoxé, Burrinha e Caboclinhos
Gastronomia: Frutos do mar
Artesanato: Conchas
Festas: Festa da Independência (07/01)
Religiosidade: Candomblé e cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA
01 Marina (Marina de Itaparica)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS
Iatismo
Remo / Canoagem
Mergulho
Pesca Esportiva

Pesca Submarina
Surfe / windsurfe / kaite surfe
Esqui Aquático
Motonáutica
Natação em águas abertas

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 54
SALINAS DA MARGARIDA

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
•	Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 10; UH's: 126; Leitos: 328
•	Oferta de bares e restaurantes de gastronomia local
•	Oferta de roteiros turísticos
•	Oferta de roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS	
•	Praia: Barra do Paraguaçu, Ponta do Dourado, Praia da Ponte, Praia Grande, Praia do Amor e Praia do Maia, dentre outras.
•	Parques ecológicos: Não tem
•	Rios, cachoeiras e manguezais: Não tem
•	Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e restinga
•	Esporte e Aventura: Trilhas e caminhadas
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
•	Patrimônio histórico e artístico-cultural: Igrejas
•	Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais	
•	Manifestações culturais: Capoeira
•	Gastronomia: Frutos do mar
•	Artesanato: Conchas
•	Festas: Festival do Marisco, Regata de Veleiros Salvador-Salinas, Bom Jesus dos Navegantes e São João
•	Religiosidade: Candomblé e cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
•	01 Terminal Hidroviário
•	01 Atracadouro Flutuante (Barra do Paraguaçu)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
•	Iatismo
•	Mergulho
•	Pesca Esportiva
•	Pesca Submarina
•	Surfe / windsurfe / kaite surfe
•	Esqui Aquático
•	Motonáutica
•	Natação em águas abertas

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO- 55
VERA CRUZ

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 89; UH's: 1.452; Leitos: 3.364	
• Oferta de bares e restaurantes de padrão internacional	
• Oferta de roteiros turísticos	
• Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Área de Proteção Ambiental Recife das Pinaúnas, Praias de Gameleira, Mar Grande, Penha, Barra do Gil, Coroa, Barra do Pote, Conceição, Barra Grande, Tairu, Aratuba, Berlinque, Cacha-Prego, Barra Falsa, Rio do Sobrado, Fontes do Calado, ilhas de Saraíba e do Cal, Santuário Ecológico da Contracosta (Ilha de Matarandiba), Manguezal, Reservas Ecológicas de Vera Cruz, Mergulho em Vera Cruz, dentre outros.	
• Parques ecológicos: Baiacu	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Sim	
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e restinga	
• Esporte e Aventura: Trilhas, caminhadas	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico e artístico-cultural: Igreja do Bom Jesus, Igreja Matriz de São Domingos de Gusmão, Igreja de Nossa Senhora da Penha, Igreja de Nosso Senhor de Vera Cruz, Capela de Santo Antônio dos Velasques, 01 sítio arqueológico	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Folguedos de Boi, Reis (Festa, Folia, Rancho, Reisado & Terno), Roda de São Gonçalo, e Samba (Batuque, Chula, Corrido, de Coco, de Lata e de Roda)	
• Gastronomia: Frutos do mar	
• Artesanato: Conchas	
• Festas: Bom Jesus dos Navegantes e São João	
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
• 01 Terminal Hidroviário (Mar Grande)	
• 01 Atracadouro (Duro – Mar Grande)	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo	
• Remo / canoagem	
• Mergulho	
• Pesca Esportiva	
• Pesca Submarina	
• Surfe / windsurfe / kaite surfe	
• Esqui Aquático	
• Motonáutica	
• Natação em águas abertas	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 56
SAUBARA

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem:15; UH's: 246; Leitos: 613	
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional	
• Oferta de poucos roteiros turísticos	
• Não oferece roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Praia de Cabuçu, Gruta dos Milagres, Bica de Bom Jesus, Cascata de Bom Jesus	
• Parques ecológicos: Não tem	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Subaé	
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica	
• Esporte e Aventura: Trilhas	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico-cultural: Capela Senhor Bom Jesus dos Pobres e Igreja Matriz de São Domingos de Gusmão	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Barca & Barquinha, Chegança de Marujos & Mouros, Reis (Festa, Folia, Rancho, Reisado & Terno) e Samba (Batuque, Chula, Corrido, de Coco, de Lata e de Roda)	
• Gastronomia: Frutos do mar	
• Artesanato: Renda de bilro e cestaria	
• Festas: São João	
• Religiosidade: Cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
• Terminal Hidroviário de Madre Deus	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo	
• Surfe / windsurfe / kaite surfe	
• Motonáutica	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

10.5.3 Recôncavo

A área denominada aqui de Recôncavo reúne os municípios de Maragogipe, Cachoeira, São Félix e Santo Amaro. Há um equilíbrio na ocupação fundiária, sendo quase 50% dos domicílios situados em área urbana e os demais em zona rural. Os quatro municípios juntos possuem uma superfície de 1.426 km² e população de 146.739 habitantes.

O tipo de ocupação do solo, a atividade econômica, as características geomorfológicas e hidrográficas, bem como a cultura local, são os aspectos que esses municípios têm em comum e que justificam a sua aglutinação na área aqui denominada de Recôncavo, como apresenta o Quadro 57:

QUADRO 57

ASPECTOS COMUNS DA ÁREA SELECIONADA	
•	Atividade econômica: Comércio, serviços, agricultura
•	Equilíbrio na ocupação fundiária
•	Culturas produtivas: Pesca artesanal, cultivo da cana de açúcar e do fumo
•	Solo: Naturalmente raso de boa drenagem, de média a alta fertilidade natural, com variações para arenoso de boa profundidade; o massapê também está presente na área, que é de alta fertilidade
•	Perfil geológico: A bacia sedimentar do Recôncavo apresenta uma estrutura assimétrica, cortada por grandes falhas em escada de direção nordeste. Com boa parte do território em solo massapê. A característica principal do massapê é apresentar expansão e retração quando varia a sua umidade e grau de saturação
•	Região rica em recursos hídricos superficiais e de subsolo e com boa pluviosidade, tanto em termos quantitativos como na sua distribuição durante as estações do ano.
•	Ocupação fundiária caracterizada por pequenas propriedades, com exploração de fruticulturas, cana de açúcar, fumo e olericultura
•	Predominância da cultura de origem africana
•	Arquitetura colonial
•	Vegetação predominante: Mata Atlântica, com ligeiras incursões exemplares característicos da caatinga e até do cerrado
•	Tipo de navegação marítima: Águas fluviais
•	Condições climáticas: Tropical durante o ano todo
•	Temperatura das águas: Média de 24°C
•	Correntes de vento: Constantes entre 10 e 25 nós
•	Fundo do rio: Pedra, areia e lama, bancos móveis de areia e assoreamento próximo a Cachoeira e São Félix
•	Batimetria – Profundidade média de 4 metros, oscilando de 2 a 8 metros, com exceção de algumas áreas de Cachoeira, São Félix e Santo Amaro
•	Visibilidade submarina: Baixa
•	Movimento das correntes marítimas: De média (enchente) a forte (vazante)
•	Movimento da maré: Oscilação de 2 a 8 metros

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Apesar do baixo PIB *per capita* registrado nos quatro municípios dessa área, o índice Firjan aponta um nível de desenvolvimento entre regular (São Félix e Santo Amaro) e moderado (Maragogipe e Cachoeira). Paradoxalmente, Maragogipe, que apresenta o melhor desempenho no índice Firjan, decai no IDS e no IDE, mantendo-se no patamar de baixo nível de desenvolvimento, em ambos os indicadores. Os outros três municípios apresentam nível regular e moderado, respectivamente nos dois indicadores, como referem as Tabelas 116, 117 e 118.

TABELA 118 ASPECTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS DOS MUNICÍPIOS

Município	População Total	PIB per capita (R\$)	IFDM	IDS	IDE
Maragogipe	42.815	4.061,97	0,7187	4.977,87	4.994,65
Cachoeira	32.026	5.733,96	0,6100	5.092,76	5.026,35
São Félix	14.098	4.331,82	0,5941	5.007,08	5.002,02
Santo Amaro	57.800	5.265,04	0,5844	5.035,09	5.012,28

Fontes: IBGE/2010 – FIRJAM/2009 – SEI/2006 – SEI/2006

TABELA 119 POPULAÇÃO COM MAIS DE 10 ANOS POR CLASSE DE RENDIMENTO (SALÁRIO MÍNIMO)

Município	Total	Até 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 5	5 a 10	10 a 20	+ de 20	* s/ rendimento
Maragogipe	36.091	24,81%	24,28%	7,04%	2,95%	0,55%	0,09%	0,04%	40,24%
Cachoeira	27.191	15,52%	27,84%	9,26%	4,35%	1,13%	0,20%	0,03%	41,68%
São Félix	12.206	13,58%	26,35%	9,22%	3,83%	0,87%	0,17%	0,02%	45,95%
S. Amaro	49.320	13,72%	27,14%	9,88%	4,57%	0,97%	0,15%	0,06%	43,50%
Média	124.808	17%	26,4%	8,8%	4%	0,88%	0,15%	0,37%	42,84%

Fonte: IBGE 2010 - * sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

TABELA 120 DOMICÍLIOS PARTICULARES POR CLASSE DE RENDIMENTO *PER CAPITA* (SALÁRIO MÍNIMO)

Município	Total	Até 1/4	1/4 a 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 3	3 a 5	+ de 5	* s/ rendimento
Maragogipe	12.003	34,77%	24,41%	25,59%	7,85%	1,64%	0,97%	0,63%	4,13%
Cachoeira	9.309	23,06%	25,48%	29,44%	10,65%	2,79%	1,69%	1,08%	5,80%
São Félix	3.695	25,55%	26,31%	25,93%	10,31%	1,71%	1,22%	0,84%	8,15%
S. Amaro	16.997	21,62%	26,67%	28,54%	10,82	2,73%	1,62%	0,91%	7,08%
Média	42.004	26,25%	25,71%	27,37%	9,9%	2,21%	1,37%	0,86%	6,3%

Fonte: IBGE 2010* sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

Tomando-se por base que o número médio de pessoas residentes por domicílio com rendimento *per capita* que varia de ¼ a dois salários mínimos, é de 3,2 pessoas por domicílio, chegamos à seguinte conclusão: Dos 146.739 residente na área, 35.283 (24%) sobrevivem mensalmente com até R\$ 155,50; 34.556 (23,54%) com recursos entre R\$ 155,50 e R\$ 311,00; 36.787 (25%) com rendimentos entre R\$ 311,00 e R\$ 622,00; 13.305 (9,06%) entre R\$ 622,00 a 1.244,00; e 8.467 (5,77%) pessoas sobrevivem sem rendimento algum, apenas com os benefícios sociais.

As atividades econômicas estão relacionadas ao comércio, serviço e ao cultivo de cana de açúcar e fumo, além das culturas tradicionais, como a pesca artesanal, conforme apresentado na Tabela 119 e no Quadro 58.

TABELA 121 NÚMERO DE PESCADORES, EMBARCAÇÕES E PRODUÇÃO

Municípios BTS	Nº de Pescadores / marisqueiras	Nº de Embarcações	Produção em t/ano
Maragogipe	3.383	840	3.368,4
Cachoeira	1.055	303	790,1
São Félix	-	04	91,4
Santo Amaro	3.774	242	1.266,5
Total	8.212	1.389	5.516,4

Fonte: Bahia Pesca/2010

QUADRO 58

Município	Fazendas de Camarão
Maragogipe	-
Cachoeira	-
São Félix	-
Santo Amaro	• Bahia Pesca S/A • Sinorama

Fonte: Bahia Pesca/2010

Atratividades e potencialidades turísticas

As atrações efetivas e potenciais do Recôncavo indicam a predominância do segmento cultural, embora a revitalização da atividade náutica fluvial seja uma reivindicação permanente do trade turístico e das comunidades locais.

Em Cachoeira, o patrimônio artístico-cultural da área ou geossistema é bastante significativo. A própria cidade de Cachoeira é tombada como Patrimônio Histórico Nacional. As festas da Ajuda e, principalmente, da Irmandade da Boa Morte, atraem turistas estrangeiros interessados no turismo étnico-afro.

Em Maragogipe, a cultura das comunidades quilombolas e o Carnaval de Máscaras são atrativos bem conhecidos. Além disso, Maragogipe já possui infraestrutura náutica e já recebe turistas desse segmento e de pesca esportiva, principalmente na Barra do Paraguaçu. São Félix, cidade-irmã de Cachoeira, exibe um belo patrimônio cultural e é conhecida como Rota do Charuto. Da mesma forma, Santo Amaro apresenta um mosaico de festas populares e manifestações culturais, como o Bembé do Mercado e a Festa de N. S. da Purificação, como mostram os quadros abaixo:

QUADRO - 59
MARAGOJIBE

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 15; UH's: 194; Leitos: 429	
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional	
• Oferta de roteiros turísticos	
• Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Ponta do Souza, Praia do Pina, Lagamar, Baixo Paraguaçu, Praia de Coqueiro	
• Parques ecológicos: Não tem	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Manguezais de Maragojipe	
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e mangue	
• Esporte e Aventura: Trilhas e caminhadas	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico e artístico-cultural: Centro Histórico de Maragojipe, Terreiro Ilê Axé Alabaxé, Fazenda São Roque: casa grande e capela, Forte do Paraguaçu	
Igreja Matriz de São Bartolomeu, Prédio do Paço Municipal	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Samba (Batuque, Chula, Corrido, de Coco, de Lata e de Roda), Filarmônicas de Maragojipe; 07 comunidades quilombolas	
• Gastronomia: Frutos do mar	
• Artesanato: Cerâmica, caxixis e máscaras	
• Festas: São Bartolomeu, São João, Regata Aratu-Maragojipe, Carnaval de Maragojipe	
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
• 01 Terminal Hidroviário (Cajá)	
• 05 Atracadouros (Cajá, Nagé, Coqueiros, São Roque do Paraguaçu, Enseadinha)	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo	
• Remo / Canoagem	
• Pesca Esportiva	
• Pesca Submarina	
• Surfe / windsurfe / kaite surfe	
• Esqui Aquático	
• Motonáutica	
• Natação em águas abertas	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 60
CACHOEIRA

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 11; UH's: 138; Leitos: 325	
• Oferta de bares e restaurantes de padrão internacional	
• Oferta de roteiros turísticos	
• Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Rio Paraguaçu, Lagamar do Iguape, Lago de Pedra do Cavalo	
• Parques ecológicos: Não tem	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Rio Paraguaçu	
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e restinga	
• Esporte e Aventura: Trilhas e caminhadas	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico e artístico-cultural: Conjunto Arquitetônico de Cachoeira Conjunto da Ordem Terceira do Carmo, igrejas de Cachoeira, Fundação e Museu Hansen Bahia, Ponte Dom Pedro II, Convento de Santo Antônio do Paraguaçu, Igreja de Santiago do Iguape, Vila Belém e muitos outros.	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Samba de roda, Filarmônica de Cachoeira, Irmandade da Boa Morte, 15 comunidades quilombolas, 02 sítios arqueológicos (histórico e sambaquis)	
• Gastronomia: Frutos do mar e regional de origem africana (maniçoba)	
• Artesanato: Madeira, cerâmica, metal, bordado, couro e tecido (roupas de inspiração na matriz africana)	
• Festas: Festa da Boa Morte, São João, N. S. da Ajuda, 25 de junho (Independência)	
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
• 01 Atracadouro (sede)	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo	
• Mergulho	
• Pesca Esportiva	
• Pesca Submarina	
• Surfe / windsurfe / kaite surfe	
• Esqui Aquático	
• Motonáutica	
• Natação em águas abertas	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 61
SÃO FÉLIX

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 02; UH's: 38; Leitos: 105	
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional	
• Oferta de roteiros turísticos	
• Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Rio Paraguaçu, Mirante de São Félix /Muritiba	
• Parques ecológicos: Não tem	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Rio Paraguaçu	
• Vegetação: Mangue	
• Esporte e Aventura: Trilhas, caminhadas	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico e artístico-cultural: Fundação Hansen Bahia (Fazenda Santa Bárbara), Centro Histórico, Solar dos Guinles, Fundação Luís Ademar de Cultura, Santuário de Santa Bárbara, Ponte Dom Pedro II, Antiga Casa dos Hansen na Fazenda Santa Bárbara, Palácio da Prefeitura e conjunto, Igreja Matriz Deus Menino, Mercado Municipal São Félix e Igreja Senhor São Félix.	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Bumba-meu-boi, Queima de Judas, Reis, Samba de Roda, Candomblé	
• Gastronomia: Frutos do mar e regional (maniçoba)	
• Artesanato: Couro, cerâmica e madeira	
• Festas: São João	
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
• 01 Atracadouro (sede)	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo para embarcações menores	
• Remo / canoagem	
• Motonáutica	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 62
SANTO AMARO

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
• Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 09; UH's: 161; Leitos: 435	
• Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional	
• Oferta de roteiros turísticos	
• Oferta de roteiros turísticos integrados	
ATRATIVOS NATURAIS	
• Praia: Praia de Itapema	
• Parques ecológicos: Não tem	
• Rios, cachoeiras e manguezais: Rio Subaé, Cachoeira do Urubu (Mãe D'Água), Cachoeira da Vitória, Cascatas de Zé Regadas e de Nana	
• Vegetação: Remanescentes de Mata Atlântica e restinga	
• Esporte e Aventura: Trilhas, caminhadas, canoagem, rapel	
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
• Patrimônio histórico e artístico-cultural: Museu do Recolhimento dos Humildes, Igreja de N. Sra. das Oliveiras e Centro Histórico, Igreja e Convento de Nossa Senhora dos Humildes, Solar Paraíso, Igreja Matriz de Nossa Senhora da Purificação, Igreja de Nossa Senhora de Oliveira dos Campinhos, Prédio à Rua da Matriz, 9, Prédio do Paço Municipal, Santa Casa da Misericórdia, Prédio Central Solar do Conde de Subaé,	
• Feiras e mercados: Feira Municipal	
Imateriais	
• Manifestações culturais: Bembé do Mercado, Negro fugido, Burrinha, Capoeira, Maculelê e Samba de roda, 03 comunidades quilombolas	
• Gastronomia: Regional de origem africana (maniçoba e frigideira de maturi)	
• Artesanato: Renda de bilro e cerâmica	
• Festas: Festa de Nossa Senhora da Purificação, Bembé do Mercado, Folclore de Santo Antônio e Teatro Dona Canô	
• Religiosidade: Candomblé e cultos católicos	
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
• Iatismo para embarcações menores	
• Remo / canoagem	
• Motonáutica	

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

10.5.4 Recôncavo Sul

A área denominada aqui de Recôncavo Sul reúne os municípios de Jaguaripe, Aratuípe e Nazaré. É predominantemente rural e possui grande manancial de recursos hídricos. Os quatro municípios juntos possuem uma superfície de 1.332 km² e população de 52.340 habitantes.

O tipo de ocupação do solo, a atividade econômica, as características geomorfológicas e hidrográficas bem como a cultura local são os aspectos que esses municípios têm em comum e que justificam a sua aglutinação na área aqui denominada de Recôncavo, como apresenta o Quadro 63:

QUADRO 63

ASPECTOS COMUNS DA ÁREA SELECIONADA	
•	Atividade econômica: Agricultura, pesca e maricultura
•	Predominância de áreas rurais
•	Culturas produtivas: Pesca artesanal, artesanato em cerâmica
•	Solo: Naturalmente raso de boa drenagem, de média a alta fertilidade natural, com variações para arenoso de boa profundidade; o massapê também está presente na área, que é de alta fertilidade
•	Perfil geológico: A bacia sedimentar do Recôncavo apresenta uma estrutura assimétrica, cortada por grandes falhas em escada de direção nordeste. Com boa parte do território em solo massapê. A característica principal do massapê é apresentar expansão e retração quando varia a sua umidade e grau de saturação
•	Região rica em recursos hídricos superficiais e de subsolo e com boa pluviosidade, tanto em termos quantitativos como na sua distribuição durante as estações do ano
•	Ocupação fundiária caracterizada por pequenas propriedades, com exploração de fruticulturas e olericultura e, em grande parte, com finalidade de lazer
•	Predominância da cultura de origem africana
•	Arquitetura colonial
•	Vegetação predominante: Manguezal
•	Tipo de navegação fluvial e partes em águas salgadas
•	Condições climáticas: Tropical durante o ano todo
•	Temperatura das águas: Média de 24°C
•	Correntes de vento: Constantes de fortes a moderados
•	Fundo do Rio: Lama
•	Batimetria – Profundidade média de 4 metros, oscilando de 2 a 6 metros
•	Visibilidade submarina: Baixa
•	Movimento das correntes marítimas: Moderada (enchente) e forte (vazante)
•	Movimento da maré: Oscilação de 2 a 6 metros

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

O PIB *per capita* registrado nos três municípios dessa área é baixíssimo, comprometendo a arrecadação municipal e, conseqüentemente, os investimentos em educação, saúde e infraestrutura, como referem as Tabelas 120, 121 e 122.

Pelo indicador FIRJAN, o nível de desenvolvimento municipal é regular, enquanto o IDS e o IDE oscilam do nível baixo, registrado em Jaguaripe e Aratuípe, ao moderado, em Nazaré.

TABELA 122 ASPECTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS DOS MUNICÍPIOS

Município	População Total	PIB per capita (R\$)	IFDM	IDS	IDE
Jaguaripe	16.467	3.463,78	0,5165	4.958,41	4.970,26
Aratuípe	8.599	3.623,96	0,5001	4.989,07	4.962,26
Nazaré	27.274	4.966,21	0,6129	5.060,24	5.029,59

Fontes: IBGE/2010 – FIRJAM/2009 – SEI/2006 – SEI/2006

TABELA 123**POPULAÇÃO COM MAIS DE 10 ANOS POR CLASSE DE RENDIMENTO (SALÁRIO MÍNIMO)**

Município	Total	Até 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 5	5 a 10	10 a 20	+ de 20	* s/ rendimento
Jaguaripe	13.535	28,57%	23,63%	5,38%	1,58%	0,37%	0,07%	0,01%	40,39%
Aratuípe	7.170	24,16%	26,95%	6,37%	2,43%	0,46%	0,13%	0,01%	39,46%
Nazaré	23.145	17,78%	28,74%	8,63%	4,71%	0,92%	0,20%	0,07%	38,95%
Média	43.850	23,5%	26,44%	6,8%	2,9%	0,6%	0,13%	0,03%	39,6%

Fonte: IBGE 2010 - * sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

TABELA 124**DOMICÍLIOS PARTICULARES POR CLASSE DE RENDIMENTO *PER CAPITA* (SALÁRIO MÍNIMO)**

Município	Total	Até 1/4	1/4 a 1/2	1/2 a 1	1 a 2	2 a 3	3 a 5	+ de 5	* s/ rendimento
Jaguaripe	4.584	40,25%	25,65%	23,1%	4,76%	0,98%	0,61%	0,48%	4,17%
Aratuípe	2.417	32,77%	27,8%	25,2%	7,24%	1,37%	0,83%	0,41%	4,34%
Nazaré	7.981	24,21%	26,6%	28,73%	10,79%	2,86%	1,64%	1%	4,17%
Média	14.982	32,41%	26,68%	25,67%	7,58%	1,73%	1,02%	0,63%	4,22%

Fonte: IBGE 2010* sem rendimento inclui o contingente populacional com menos de 10 anos, desocupados e inválidos.

Tomando-se por base que o número médio de pessoas residentes por domicílio com rendimento *per capita* que varia de ¼ a dois salários mínimos, é de 3,2 pessoas por domicílio, chegamos à seguinte conclusão: Dos 52.340 residente na área, 14.742 (28,5%) sobrevivem mensalmente com até R\$ 155,50; 12.790 (24,4%) com recursos entre R\$ 155,50 e R\$ 311,00; 12.304 (23,57%) com rendimentos entre R\$ 311,00 e R\$ 622,00; 11.356 (21,6%) entre R\$ 622,00 a 1.244,00; e 2.022 (5,2%) pessoas sobrevivem sem rendimento algum, apenas com os benefícios sociais.

As atividades econômicas estão relacionadas à agricultura, à maricultura e também às culturas tradicionais da pesca artesanal e da produção de cerâmica, principalmente no distrito de Maragojipinho, em Aratuípe, conforme observado na Tabela 123 e no Quadro 64.

TABELA 125 ASPECTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS DOS MUNICÍPIOS

Municípios BTS	Nº de Pescadores / marisqueiras	Nº de Embarcações	Produção em t/ano
Jaguaripe	1.519	266	903,6
Aratuípe	650	107	397,5
Nazaré	-	-	-
Total	2.169	373	1.301,1

Fonte: Bahia Pesca/2010

QUADRO 64 MUNICÍPIOS X FAZENDAS DE CAMARÃO

Município	Fazendas de Camarão
Jaguaripe	• Maricultura Esperança • Luiz Alberto Barreto de Andrade • Cacha Pregos Com. Ltda. • Tarcísio Loch • WU Com. • Wagner Novais • Agazzi Afonso • Hamilton Carneiro
Aratuípe	• Camarão da Bahia
Nazaré	• Humberto dos Santos • JC Santos • Marco Leite • Arlindo Santos • JMA Agropecuária • Ivo Santos • Vanilton Nascimento

Fonte: Bahia Pesca/2010

Atratividades e potencialidades turísticas

Esta talvez seja a área de maior potencial turístico do polo Baía de Todos-os-Santos e também a que reúne a população mais pobre da região. Aos atrativos históricos e culturais concentrados nos municípios de Jaguaripe e Nazaré, somam-se à riqueza cultural de Aratuípe, principal polo cerâmico do Estado, cujo produto tem amplas possibilidades de se tornar produto de exportação pelas suas características de criatividade e exotismo.

Jaguaripe e Nazaré já foram as principais cidades da BTS. Jaguaripe foi sede da principal Santidade do Brasil, um movimento de cunho milenarista, que primeiro utilizou o sincretismo religioso como forma de miscigenação cultural.

Na Ponta do Garcez encontram-se túneis subterrâneos nos quais os jesuítas se escondiam dos ataques dos índios. A Prisão do Sal passou para história por afogar prisioneiros. As belezas naturais das praias e do pantanal baiano reúnem fauna e flora que não existem em nenhum outro lugar.

Nazaré não fica atrás e exhibe magnificamente um grande acervo arquitetônico colonial, com destaque para a Estação Ferroviária, muito bem conservada e onde funciona o Mercado Municipal, como mostram os quadros abaixo:

QUADRO 65
JAGUARIPE

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
•	Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: 10; UH's: 117; Leitos: 384
•	Oferta de bares e restaurantes de gastronomia local
•	Oferta de roteiros turísticos
•	Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS	
•	Praia: Ponta do Garcez, Praia de Mutá, Praia de Cações, Camaçandi/Ilha D'Ajuda
•	Parques ecológicos:
•	Rios, cachoeiras e manguezais: Manguezais de Jaguaripe, Rio Jaguaripe, Rio da Dona, Cachoeira do Rio Tiriri, Cachoeira da Pancada Alta, Pantanal Baiano (A região recebeu este nome porque possui uma gigantesca área de manguezais, ainda praticamente intocada, com inúmeros corredores, igarapés e rotas alternativas de navegabilidade dentro do mangue. É um verdadeiro santuário composto de uma infinidade de rios, canais, manguezais, até praias de areias claríssimas e muita Mata Atlântica. A região é frequentada por pássaros, tamanduás, lobos, tatus, pacas e até mesmo por onças e jacarés. Para quem gosta de pescar, a diversão está garantida: ali se encontram badejos, tainhas, robalos, dentões, dentre outros. O encontro da água salgada do mar com a água doce dos rios da região permite o crescimento de ostras nas margens dos afluentes do Rio Jaguaripe).
•	Vegetação: Mangue
•	Esporte e Aventura: Trilhas, caminhadas, rapel, tirolesa
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
•	Patrimônio histórico e artístico-cultural: Prisão do Sal, Casa dos Ouvidores, Igreja Matriz de Nossa Senhora da Ajuda, Paço Municipal, 130 sítios arqueológicos cerâmico, lítico e histórico, túneis subterrâneos, Santidade de Jaguaripe
•	Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais	
•	Manifestações culturais: Afoxé, Burrinha e Caboclinhos
•	Gastronomia: Frutos do mar e culinária de origem indígena
•	Artesanato: Produção de embarcações de saveiros e canoas de madeira, miniaturas de embarcações, tecelagem e redes e esteiras de tala de dendê e cestaria
•	Festas: São João, Corrida de Canoas
•	Religiosidade: Cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
•	01 Atracadouro (sede)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
•	latismo
•	Remo / Canoagem
•	Motonáutica

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 66
ARATUÍPE

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
•	Oferta hoteleira: Meios de hospedagem: Não há
•	Oferta de bares e restaurantes de gastronomia local
•	Não oferece roteiros turísticos
•	Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS	
•	Praia: Não tem
•	Parques ecológicos: Não tem
•	Rios, cachoeiras e manguezais: Jaguaripe
•	Vegetação: Mangue
•	Esporte e Aventura: Não tem
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
•	Patrimônio histórico e artístico-cultural: Engenho de Baixo
•	Feiras e mercados: Não tem
Imateriais	
•	Manifestações culturais: Capoeira, Maculelê & Orquestra de Berimbaus Cordel & Poesia Popular
•	Gastronomia: Frutos do mar
•	Artesanato: Cerâmica e caxixis (maior polo cerâmico da Bahia)
•	Festas: São João
•	Religiosidade: Cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
•	
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
•	Remo / canoagem
•	Motonáutica

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

QUADRO 67
NAZARÉ

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	
•	Oferta hoteleira: Meios de hospedagem 06; UH's: 92; Leitos: 216
•	Oferta de bares e restaurantes de gastronomia regional
•	Oferta de roteiros turísticos
•	Não oferece roteiros turísticos integrados
ATRATIVOS NATURAIS	
•	Parques ecológicos: Baiacú
•	Rios, cachoeiras e manguezais: Rio Jaguaripe, Cachoeira do Roncador, Morro do Silêncio, Alto da Bela Vista, Alto do Cruzeiro, Alto do Barão Cachoeira do Ronco, Cachoeiras dos Remédios, Represa do Rio Caraípe
•	Vegetação: Mangue
•	Esporte e Aventura: Trilhas, caminhadas, rapel, tirolesa
ATRATIVOS CULTURAIS	
Material	
•	Patrimônio histórico e artístico-cultural: Sobrado nº 1 da Travessa da Conceição, Solar dos Bittencourt, Estação Ferroviária Alexandre Bittencourt, Santa Casa de Misericórdia, Igreja de Nossa Senhora da Conceição, Igreja de Nossa Senhora de Nazaré de Camamu, Igreja Matriz de Nossa Senhora de Nazaré, Sobrado à Travessa da Capela, nº 2, Cine Rio Branco, Centro Histórico, Estação de Trem e Locomotiva, Estátua de Jesus Cristo e Mirante, Matriz de Nazaré, Igreja de S. Roque, Prédio dos Arcos, Paço Municipal, Eng. Senhor do Bonfim, Engenho de Baixo e Memorial, Capela e Via Sacra - M. Silêncio
•	Feiras e mercados: Feira Municipal
Imateriais	
•	Manifestações culturais: Capoeira, Caboclinhos, Reisado e Afoxé
•	Gastronomia: Frutos do mar e regional (farinha)
•	Artesanato: Cerâmica e caxixis
•	Festas: Feira dos Caxixis, Festa de São Roque, Semana Santa e São João
•	Religiosidade: Candomblé e cultos católicos
INFRAESTRUTURA NÁUTICA	
•	01 Atracadouro (sede)
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS	
•	latismo para embarcações menores
•	Remo / canoagem
•	Motonáutica

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

10.6 CAPACIDADE DE CARGA

Por capacidade de carga entende-se, neste estudo, a conceituação de Cifuentes (1992), segundo a qual, trata-se do número máximo de visitantes que uma determinada área pode suportar, em um dado período, sem que haja danos ao meio físico e prejuízo à satisfação da experiência vivenciada pelo visitante.

Para avaliar a capacidade de carga das áreas selecionadas optou-se pelo método desenvolvido pelo mesmo autor para determinar a Capacidade de Carga Física (CCF) de um recurso turístico, que se resume na seguinte equação: Superfície total da área (em metro linear ou m^2) x número de visitantes (por m^2) x tempo de duração da visita.

Nos critérios adotados para cálculo, considerou-se a sugestão de Cifuentes: 1 metro linear por pessoa em praias; 1 metro quadrado por pessoa em áreas planas.

Por esta metodologia, o CCF é a relação simples entre espaço disponível, necessidade de espaço por pessoa, e período de tempo em que o espaço é ocupado. Nos casos abaixo referenciados, acrescentou-se ainda à equação a permanência média de quatro horas, apontada nos levantamentos de fluxo turístico das localidades.

Além disso, para calcular a CCF das localidades, durante o ano, tomou-se por base o cálculo sugerido por Ruschmann (1989):

- a) Como a utilização dessas localidades é reduzida ao período de alta estação e aos fins de semana e feriados, devem-se considerar os fins de semana e feriados dos meses de baixa estação, aplicando um índice redutor de 25% para prever os dias de frio e chuva desse período.
- b) Como a alta estação – novembro a fevereiro – a utilização pode ser permanente, computaram-se 120 dias de plena utilização turística.

Por fim, chegou-se ao seguinte roteiro de cálculo, tendo por base o calendário de 2011:

- 1) 52 sábados = 52 domingos = 104 dias – 25% (índice redutor) = 78
- 2) 78 dias + 07 feriados = 85 dias
- 3) 85 dias (fins de semana e feriados) + 120 dias (alta estação) =

205 dias de uso recreativo das localidades

As áreas de superfície foram estimadas de acordo com a utilização dos atrativos: praias (medidas em metro linear) e largos, praças e centros históricos (medidas em metro quadrado).

Para aplicar esta metodologia às áreas de intervenção do Prodetur Nacional Bahia, calculou-se, inicialmente, o número de visitantes de alguns locais, ao longo do ano, uma vez que nem todos possuem estimativas de fluxo turístico.

Entretanto, as estimativas feitas na sequência, dão a exata dimensão de quão longe essas áreas estão do número máximo de visitantes que podem suportar, como refere ao Quadro 68:

QUADRO 68**CAPACIDADE DE CARGA FÍSICA**

Localidade	Superfície	Nº visitante por m / m²	CCF máximo/hora	CCF máximo/dia	CCF máximo/ano
Ilha de Maré (Salvador)	3.000 metros lineares	01	3.000 pessoas	12.000 pessoas	2.460.000 pessoas
Ilha dos Frades (Salvador)	8.000 metros lineares	01	8.000 pessoas	32.000 pessoas	6.560.000 pessoas
I. Bom Jesus (Salvador)	1.000 metros lineares	01	1.000 pessoas	4.000 pessoas	820.000 pessoas
Caboto (Candeias)	500 metros lineares	01	500 pessoas	2.000 pessoas	410.000 pessoas
Itaparica (Itaparica)	20.000 metros lineares	01	20.000 pessoas	80.000 pessoas	16.400.000 pessoas
P. de Areia (Itaparica)	300 metros lineares	01	300 pessoas	1.200 pessoas	246.000 pessoas
Salinas (Salinas)	5.000 pessoas	01	5.000 pessoas	20.000 pessoas	4.100.000 pessoas
Mutá (Jaguaripe)	100 metros lineares	01	100 pessoas	400 pessoas	81.200 pessoas
Cações (Jaguaripe)	200 metros lineares	01	200 pessoas	800 pessoas	160.000 pessoas
Cacha-Pregos (Vera Cruz)	200 metros lineares	01	200 pessoas	800 pessoas	160.000 pessoas
Maragojipe (Maragojipe)	30.000 metros quadrados	01	30.000 pessoas	120.000 pessoas	2.460.000 pessoas
Cachoeira / São Félix	50.000 metros quadrados	01	50.000 pessoas	200.000 pessoas	4.100.000 pessoas
S. Antônio do Paraguaçu (Cachoeira)	50 metros quadrados	01	50 pessoas	20.000 pessoas	410.000 pessoas

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

Entretanto, somente o cálculo da CCF não fornece os elementos necessários a uma avaliação da capacidade real dessas localidades de bem-receber os visitantes. Para isso, deveria ser calculada também a Capacidade de Carga Efetiva (CCE), que é adequação da CCF à infraestrutura e à capacidade de manejo da administração da localidade.

Além disso, sugere-se também a aplicação do método de Manejo do Impacto do Visitante (MIV), que se baseia em indicadores e padrões para definir os impactos do uso turístico das localidades considerados aceitáveis. Desta forma, situam-se as capacidades de carga dentro de um contexto administrativo mais amplo, com vistas a assegurar o uso racional e sustentável das localidades turísticas.

A sugestão contida neste PDITS é a de que esses estudos sejam realizados juntamente com os estudos de viabilidade econômica e outros que serão necessários, no decorrer do Programa.

10.7 COMPOSIÇÃO DA MATRIZ DE AVALIAÇÃO

Diante de tanto potencial, a seleção das áreas de intervenção acabou por se constituir um difícil processo. Para melhor analisá-las, criou-se uma matriz composta pelas variáveis já mencionadas ao longo deste estudo.

Cada item recebeu um peso diferente, de acordo com a sua importância, variando de 25 (atrativos naturais e atrativos culturais), 20 (nível de pobreza da população), e 10 (infraestrutura náutica, vocação para esportes náuticos e capacidade de atração de investimentos), totalizando 100.

A análise qualitativa buscou identificar o registro de padrões presentes nos municípios e áreas para compreender as ligações sistemáticas e a função que cada parte (área) exerce sobre o todo (polo turístico).

Para avaliar as variáveis de cada item foi aplicado um sistema de valoração de pesos de 1 a 3, sendo 1 equivalente a “pouca aderência ao projeto”; 2 “aderência mediana ao projeto” e 3 “bastante aderência ao projeto”.

Numa primeira etapa, a matriz de composição de análise (ver modelo nos quadros 69, 70, 71 e 72) foi aplicada com 30 especialistas em turismo, obtendo-se uma nota média de cada item para cada município. Para se chegar à nota final de cada município, aplicou-se uma média ponderada. Ou seja, a média de cada item foi multiplicada pelo seu peso, que, depois de somados, foram divididos pela soma dos pesos, como representa a equação abaixo:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i \cdot p_i}{\sum p_i}$$

QUADRO 69

MATRIZ DE COMPOSIÇÃO DA AVALIAÇÃO					
ÁREA METROPOLITANA I					
Municípios	Salvador	Candeias	Madre de Deus	S. F. do Conde	Simões Filho
IDENTIFICAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL					
População total	2.675.656	83.158	17.376	33.183	118.047
População de baixa renda (02 SM)	73,88%	81,86%	80,3%	87,1%	86,14%
Populações tradicionais	06 comunidades	1.844 habitantes	-	2.245 habitantes	03 comunidades

Nível de pobreza					
ATRATIVOS NATURAIS E NÁUTICOS					
Belezas naturais					
Acesso por transporte intermodal					
Balneabilidade					
Capacidade de carga					
ATRATIVOS CULTURAIS					
Materiais					
Condições de preservação do patrimônio					
Acesso por transporte intermodal					
Urbanização do entorno					
Imateriais					
Condições de preservação do bem imaterial					
População atingida					
Nível de conhecimento					
INFRAESTRUTURA NÁUTICA					
Condições da infraestrutura					
Condições de acesso à infraestrutura por via náutica					
Condições de acesso à infraestrutura por via terrestre					
Potencial de atração de fluxo					
Prestação de serviços de reparos e manutenção					
Capacitação profissional para serviços náuticos					
Condições de acesso a postos de abastecimento de combustível para embarcações					
Condições de compor roteiros turísticos com outros destinos da área					
Proximidade com empreendimentos industriais					
Vocação para esportes náuticos					
Localização geográfica					
Condições geomorfológicas					
Condições hidrográficas					
Condições microclimáticas					
CAPACIDADE DE ATRAIR EMPREENDIMENTOS PRIVADOS TURÍSTICOS					
Investimentos privados previstos					
Potencial de atração de investimentos					
Disposição política de atração de investimentos					
Existência ou intenção de elaborar Plano Diretor					

QUADRO 70

MATRIZ DE COMPOSIÇÃO DA AVALIAÇÃO					
ÁREA METROPOLITANA II					
Municípios	Itaparica	Salinas	Vera Cruz		
IDENTIFICAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL					
População total	20.725	13.456	37.567		
População de baixa renda (02 SM)	86%	69%	85%		
Populações tradicionais	Não	Não	Não		
Nível de pobreza					
ATRATIVOS NATURAIS E NÁUTICOS					
Belezas naturais					
Acesso por transporte intermodal					
Balneabilidade					
Capacidade de carga					
ATRATIVOS CULTURAIS					
Materiais					
Condições de preservação do patrimônio					
Acesso por transporte intermodal					
Urbanização do entorno					
Imateriais					
Condições de preservação do bem imaterial					
População atingida					
Nível de conhecimento					
INFRAESTRUTURA NÁUTICA					
Condições da infraestrutura					
Condições de acesso à infraestrutura por via náutica					
Condições de acesso à infraestrutura por via terrestre					
Potencial de atração de fluxo					
Prestação de serviços de reparos e manutenção					
Capacitação profissional para serviços náuticos					
Condições de acesso a postos de abastecimento de combustível para embarcações					
Condições de compor roteiros turísticos com outros destinos					

da área					
Proximidade com empreendimentos industriais					
Vocação para esportes náuticos					
Localização geográfica					
Condições geomorfológicas					
Condições hidrográficas					
Condições microclimáticas					
CAPACIDADE DE ATRAIR EMPREENDIMENTOS PRIVADOS TURÍSTICOS					
Investimentos privados previstos					
Potencial de atração de investimentos					
Disposição política de atração de investimentos					
Existência ou intenção de elaborar Plano Diretor					

QUADRO 71

MATRIZ DE COMPOSIÇÃO DA AVALIAÇÃO					
ÁREA RECÔNCAVO					
Municípios	Maragogipe	Cachoeira	São Félix	Santo Amaro	
IDENTIFICAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL					
População total	42.815	32.026	14.098	57.800	
População de baixa renda (02 SM)	92,6%	88,6%	88%	87,6%	
Populações tradicionais	07 comunidades	15 comunidades	-	03 comunidades	
Nível de pobreza					
ATRATIVOS NATURAIS E NÁUTICOS					
Belezas naturais					
Acesso por transporte intermodal					
Balneabilidade					
Capacidade de carga					
ATRATIVOS CULTURAIS					
Materiais					
Condições de preservação do patrimônio					
Acesso por transporte intermodal					
Urbanização do entorno					
Imateriais					
Condições de preservação do					

bem imaterial					
População atingida					
Nível de conhecimento					
INFRAESTRUTURA NÁUTICA					
Condições da infraestrutura					
Condições de acesso à infraestrutura por via náutica					
Condições de acesso à infraestrutura por via terrestre					
Potencial de atração de fluxo					
Prestação de serviços de reparos e manutenção					
Capacitação profissional para serviços náuticos					
Condições de acesso a postos de abastecimento de combustível para embarcações					
Condições de compor roteiros turísticos com outros destinos da área					
Proximidade com empreendimentos industriais					
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS					
Localização geográfica					
Condições geomorfológicas					
Condições hidrográficas					
Condições microclimáticas					
CAPACIDADE DE ATRAIR EMPREENDIMENTOS PRIVADOS TURÍSTICOS					
Investimentos privados previstos					
Potencial de atração de investimentos					
Disposição política de atração de investimentos					
Existência ou intenção de elaborar Plano Diretor					

QUADRO 72

MATRIZ DE COMPOSIÇÃO DA AVALIAÇÃO					
ÁREA RECÔNCAVO SUL					
Municípios	Jaguaripe	Aratuípe	Nazaré		
IDENTIFICAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL					
População total	16.467	8.599	27.274		
População de baixa renda (02 SM)	93,7%	93%	90%		
Populações tradicionais	-	-	-		
Nível de pobreza					

ATRATIVOS NATURAIS E NÁUTICOS					
Belezas naturais					
Acesso por transporte intermodal					
Balneabilidade					
Capacidade de carga					
ATRATIVOS CULTURAIS					
Materiais					
Condições de preservação do patrimônio					
Acesso por transporte intermodal					
Urbanização do entorno					
Imateriais					
Condições de preservação do bem imaterial					
População atingida					
Nível de conhecimento					
INFRAESTRUTURA NÁUTICA					
Condições da infraestrutura					
Condições de acesso à infraestrutura por via náutica					
Condições de acesso à infraestrutura por via terrestre					
Potencial de atração de fluxo					
Prestação de serviços de reparos e manutenção					
Capacitação profissional para serviços náuticos					
Condições de acesso a postos de abastecimento de combustível para embarcações					
Condições de compor roteiros turísticos com outros destinos da área					
Proximidade com empreendimentos industriais					
VOCAÇÃO PARA ESPORTES NÁUTICOS					
Localização geográfica					
Condições geomorfológicas					
Condições hidrográficas					
Condições microclimáticas					
CAPACIDADE DE ATRAIR EMPREENDIMENTOS PRIVADOS TURÍSTICOS					
Investimentos privados previstos					
Potencial de atração de investimentos					
Disposição política de atração de investimentos					
Existência ou intenção de elaborar Plano Diretor					

Resultados

Assim, chegou-se a uma nota final para cada município, sendo zero a nota mínima admitida e a máxima igual a 275. O Quadro 73 apresenta o resultado ranqueado.

QUADRO 73
MUNICÍPIOS X NOTA FINAL

Município	Nota Final
Salvador	267
Itaparica	263
Maragogipe	259
Cachoeira	258
Jaguaripe	241
Vera Cruz	239
Salinas	239
São Francisco do Conde	234
Nazaré	229
São Félix	214
Santo Amaro	205
Madre de Deus	201
Candeias	199
Saubara	183
Simões Filho	159

A partir daí, as ações do programa foram redistribuídas nas quatro áreas ou geossistemas, de acordo com a função turística que cada uma delas exerce sobre a totalidade do polo Turístico, respeitando a seguinte hierarquia, como visto no início deste estudo:

FIGURA 13
CLASSIFICAÇÃO ESTRATÉGICA



FIGURA 14
Área Metropolitana I

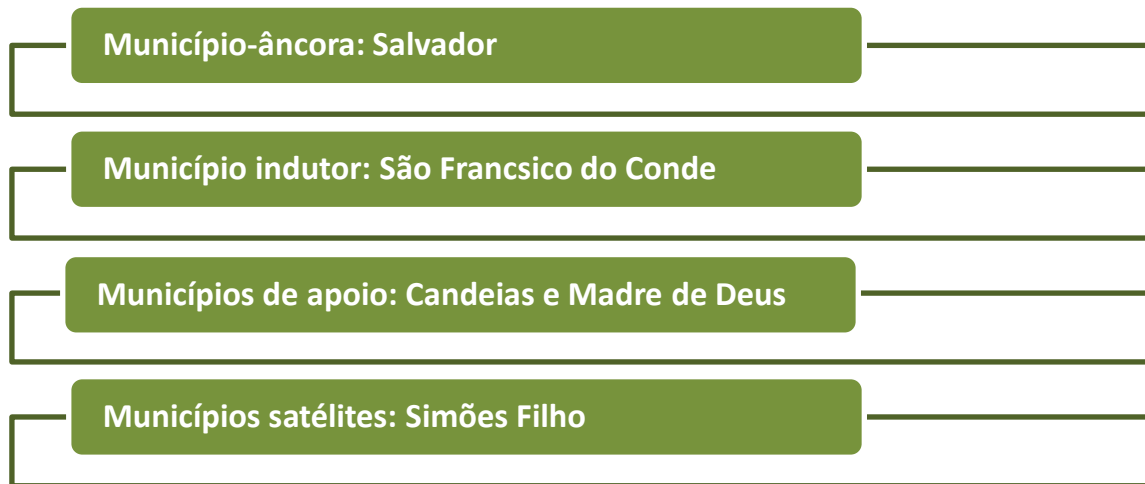


FIGURA 15
Área Metropolitana II

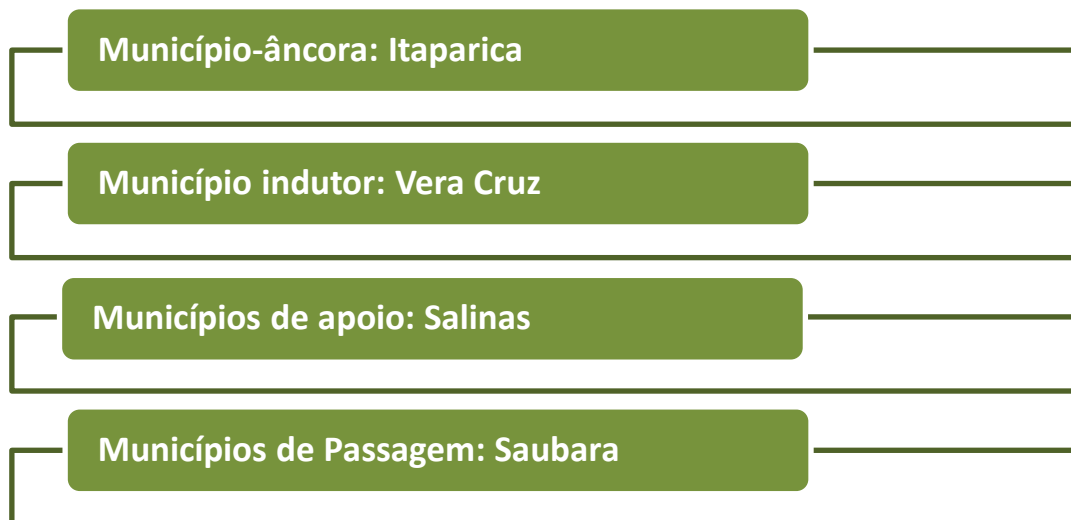


FIGURA 16
Recôncavo



FIGURA 17
Recôncavo Sul



Para um melhor entendimento da dinâmica das ações propostas, tome-se como exemplo a implantação do roteiro turístico náutico abaixo, com suas respectivas atrações:

QUADRO 74

ROTEIRO NÁUTICO	
(2 A 3 PERNOITES ENVOLVENDO CINCO MUNICÍPIOS DA ÁREA METROPOLITANA I)	
1º dia	Saída do Terminal Náutico de Salvador em direção ao município de Candeias, com desembarque no atracadouro de Caboto, pequeno povoado habitado por comunidade quilombola, e onde fica o Museu Wanderley de Pinho, um antigo engenho de cana de açúcar, que ainda hoje mantém intacta a arquitetura colonial. Parada para visita ao museu e saborear os quitutes preparados pela comunidade (destaque para a aguardente de cana), e que são comercializados no local. Partindo de Caboto, segue-se para o Terminal Hidroviário de Madre de Deus. A cidade possui mais de oito quilômetros de praias lindas e limpas. Mas aqui há opções variadas. Pode-se escolher uma das praias da sede do município ou a visita a uma das ilhas que rodeiam Madre de Deus. Do próprio terminal, se pode alugar pequenos barcos para a Ilha Maria Guarda ou Ilha das Vacas, duas das ilhas paradisíacas bem próximas do Terminal Hidroviário. Quem preferir pode fazer passeio ao Centro Histórico, onde se encontram as Igrejas da Sagrada Família (Jesus, Maria, José) e a Matriz de N. S. de Madre de Deus, cujo mirante proporciona uma belíssima visão panorâmica da Baía de Todos-os-Santos. O almoço é livre, mas recomenda-se experimentar os pratos à base de frutos do mar, uma especialidade local. Na sequência, visita ao Mercado Municipal, onde são vendidos peixes e mariscos, além do artesanato em concha, produzido pela comunidade local. À noite, a diversão é garantida em bares e restaurantes da orla, que oferecem música e um cardápio diversificado de pratos e petiscos variados.
2º dia	Saída em embarcações tradicionais (saveiros) para São Francisco do Conde. Este município reúne um grande acervo arquitetônico colonial, como a Capela N.S. do Amparo, o Convento Santo Antônio, a Igreja N.S. do Monte e as ruínas da primeira escola de Agronomia das Américas, inaugurada por D. Pedro II, no século XIX

3º dia	Os que preferem continuar navegando podem escolher passeios variados. A Ilha do Pati é uma excelente opção. Ali residem as paparutas, comunidade formada por aproximadamente 180 moradores descendentes de escravos e que, através da dança, da música e da culinária, preservam uma das mais belas manifestações culturais do Recôncavo Baiano. O grupo, formado por mulheres de distintas idades, vestidas com roupas coloridas, tem a missão de manter viva a tradição de preparar pratos típicos da cozinha africana. Outras opções ficam por conta das ilhas das Fontes ou Cajayba. Esta última abriga um antigo, grande e potente engenho de cana de açúcar; ambas oferecem excelentes condições para a prática de esportes náuticos.
---------------	---

Fonte: SUINVEST/SETUR 2011

FIGURA 18
ROTEIRO TURÍSTICO



Este tipo de roteiro turístico só pode ser efetivamente implantado se houver oferta de infraestrutura náutica e de receptivo turístico nas localidades citadas. Na hierarquização das ações de intervenção temos, portanto: Salvador, como âncora, oferecendo aos turistas que chegam à capital baiana roteiros diversificados para os municípios da BTS, Candeias e Madre de Deus, atuando como municípios de apoio ou escala, servem de ponto de apoio, mas agregam também mais valor ao roteiro. Neste caso, São Francisco do Conde atua como indutor de desenvolvimento por possuir forte atratividade natural e cultural, justificando assim um roteiro de dois ou três pernoites. Seja qual for o traçado de um roteiro desse tipo, Simões Filho aparece como município satélite, pela sua posição estratégica, capaz de oferecer abastecimento de combustível, água potável e outros serviços, além de belezas naturais que adicionam atratividade, sem comprometer o tempo.

Como se pode perceber, as intervenções propostas neste Plano de Ação estão diretamente vinculadas e interligadas, quase indissociáveis, pois o grande diferencial, pelo menos num primeiro momento, será a abundância de atrativos espalhadas por cada área.

No exemplo acima, São Francisco do Conde, que oferece o maior número de atrações turísticas, não possui condições de navegação para barcos de médio porte. Neste caso, Madre de Deus, além da oferta de atrativos naturais, atua como porto de transição para barcos menores.

Ou seja, para ter acesso por via náutica a São Francisco do Conde, o turista não precisa sair de Salvador em barcos de pequeno porte que, além de desconfortáveis, levam muito mais tempo. Ele pode seguir em embarcações mais confortáveis até Madre de Deus e, de lá, num percurso bem menor, seguir de saveiro até São Francisco do Conde.

Portanto, além de permitir paradas de descanso, esse tipo de roteiro agrega valor ao passeio e oferece oportunidade de emprego e renda a muito mais pessoas. Vejamos: na cadeia econômica que envolve o roteiro exemplificado, seriam beneficiados: empresa de aluguel de barcos de Salvador, agência local que oferece o roteiro, comunidade local de Caboto, em Candeias, pescadores, marisqueiras, artesãos, donos de hotéis, bares e restaurantes de Madre de Deus, pequenos proprietários de embarcações de pequeno porte, também em Madre de Deus, artesãos, donos de hotéis, bares e restaurantes de São Francisco do Conde, além das comunidades quilombolas desse município. Se levarmos em consideração os empregos que podem ser gerados, adicionem-se os empregados dos postos de informações turísticas, os guias de turismo, os empregados dos pontos de apoio ao turismo náutico (receptivo turístico) de cada município dessa área.

Nesse sentido, nas próximas páginas, apresentam-se as ações de intervenção contidas neste Plano de Ação:

10.8 AÇÕES E PROJETOS

10.8.1 Conceituação

No escopo deste plano, **ações** são entendidas como intervenções / investimentos que se pretende efetivar na área de planejamento. As sugestões de ações foram coletadas com as comunidades locais e representantes do trade turístico, durante audiências, consultas e reuniões públicas para a elaboração da Estratégia Turística da Bahia 2007-2016; do Programa Integração Cultura e Turismo; e do Plano de Desenvolvimento do Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos.

Nesses encontros, foi estimulada a colaboração, abrindo-se um canal de comunicação para sugestões e complementações que os participantes consideraram pertinentes.

As ações e projetos contidos neste Planejamento foram classificados de acordo com os componentes previstos no Regulamento Operacional do Prodetur Nacional, que passou a integrar o Marco Lógico deste documento. A seguir, são esclarecidos os critérios de classificação.

10.8.2 Objetivos

Objetivo Geral do Programa

O Prodetur Nacional inclui ações nos âmbitos regional, estadual e municipal, tendo por objetivo incrementar o emprego e a renda nas áreas integrantes do Programa, mediante a consolidação do turismo náutico e cultural.

10.8.3 Componentes

Para que os objetivos sejam atingidos, o Prodetur Nacional financia os projetos e ações que sejam relacionados a um dos seguintes componentes:

Componente I – Estratégia de Produto Turístico

As atividades deste componente se concentrarão nos investimentos relacionados com o planejamento, a recuperação e a valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo.

O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos.

Considerando o arcabouço conceitual descrito acima, este componente compreende o financiamento de estudos, projetos, obras e aquisição de bens para a realização de ações nos seguintes temas:

- a. *Planejamento estratégico e operacional dos destinos*: Elaboração de Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) e planos de ação, planos diretores de uso do solo e de ordenamento territorial, planos de manejo e de uso público, planos de ordenamento territorial e turístico, etc.
- b. *Caracterização dos recursos e da oferta de áreas turísticas*: Realização de inventários e classificação de recursos turísticos; análise do potencial de novas áreas turísticas em função da vocação turística principal dos polos; avaliação e definição dos tipos de turismo mais adequados e rentáveis para cada destino; caracterização da demanda atual *vis-à-vis* a demanda potencial; análise e diagnóstico da oferta e serviços turísticos, etc.
- c. *Valorização e gestão de atrativos turísticos e criação de novos produtos*: Requalificação e dotação de praias e orlas marítimas; recuperação de patrimônio histórico; fortalecimento da gestão de uso público de áreas protegidas; implantação de sistemas de gestão de fluxos turísticos; programação de eventos, visitas e atividades em torno dos principais atrativos; qualificação de guias turísticos e fomento de técnicas e material interpretativo sobre os atrativos; implantação ou recuperação de centros de convenções, etc.
- d. *Adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico*: Tratamento paisagístico, melhoramento de mobiliário urbano; limpeza, ações integrais em bairros ou núcleos urbanos; recuperação de edifícios e fachadas, incluindo incentivos a proprietários privados; revalorização da imagem dos principais eixos comerciais e zonas centrais das cidades, etc.
- e. *Integração da oferta existente*: Formulação e implantação de itinerários e roteiros turísticos temáticos; geração de redes de museus e centros de interpretação, pontos de informação e assistência ao turista; sinalização turística e interpretativa, etc.

- f. *Gestão de qualidade*: Fomento a programas e sistemas de gestão e selos de qualidade, etc.
- g. *Política de investimento turístico e de apoio ao setor privado*: Estabelecimento ou revisão do conjunto de incentivos para investimento e fomento à criação de novos produtos e projetos empresariais; políticas e critérios para concessões turísticas; promoção do fortalecimento da base empresarial do setor turístico (apoio à consolidação de associações, geração de redes ou clubes de produto, etc.), formação e capacitação, estudos e viagens técnicas de *benchmarking*; exploração de parcerias mistas (público-privadas) para investimento, etc.
- h. *Capacitação e qualificação da mão de obra*: Realização de diagnóstico e capacitação de mão de obra como forma de possibilitar a inserção da população local no contexto da atividade turística.

Componente II – Estratégia de Comercialização

Este componente contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos, a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos e compreende o financiamento de estudos e aquisição de serviços para:

- a. Implantação de tecnologias avançadas de informação e comunicação para a comercialização de destinos e negócios turísticos;
- b. *Criação de marcas (Branding)* para posicionamento de destinos;
- c. Planos de marketing estratégicos e operacionais;
- d. Estímulo à criação de plataformas público-privadas de promoção e comercialização;
- e. Formulação e produção de materiais (folhetos, cartilhas, catálogos, anúncios, etc.) e eventos promocionais (seminários, feiras, campanhas, *workshops*, etc.).

Componente III – Fortalecimento Institucional

Este componente integrará ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística, por meio de mecanismos de gestão e coordenação, em âmbito federal, estadual, local e do setor privado, e do apoio à gestão turística estadual e municipal.

Serão passíveis de financiamento as seguintes atividades:

- a. Estabelecimento de mecanismos de gestão e coordenação interinstitucionais e público-privadas no nível de destinos (*Destination Management Organizations*);
- b. Elaboração de propostas ou atualização de normas turísticas e definição de competências das autoridades de turismo nos diferentes níveis de governo;
- c. Desenvolvimento de contas-satélite em turismo (nacional, regionais, sistemas de estatísticas, sistemas de informação e observatórios turísticos);
- d. Levantamento de linhas base de referência para os indicadores estratégicos;
- e. Sistemas de acompanhamento de programas e de políticas de investimento público no setor;
- f. Apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal (atividades de reengenharia de processos de gestão turística e ambiental; assistência técnica para administrar obras turísticas sob sua jurisdição; cursos de treinamento para capacitar profissionais nas áreas de planejamento, gestão e monitoramento da atividade turística, e sensibilização de comunidades locais sobre os benefícios e riscos da atividade turística);
- g. Consolidação de órgãos consultivos e de coordenação com o setor (conselhos de turismo, fóruns, etc.).

Componente IV – Infraestrutura e Serviços Básicos

Este componente integrará todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infraestrutura de acesso e transporte) e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança.

O componente compreende o financiamento de estudos técnicos e de viabilidade, estudos ambientais, projetos e construção de obras e aquisição de bens relacionados às seguintes atividades:

- a. Reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso;
- b. Construção de portos, atracadouros e estruturas afins;
- c. Melhoria / construção de terminais de passageiros (terrestres, marítimos ou fluviais);
- d. Construção e melhoria de aeroportos estaduais e municipais;
- e. Infraestrutura de abastecimento de água, esgotamento sanitário e saneamento básico;
- f. Sistemas de drenagem urbana;
- g. Sistemas de tratamento e disposição final de resíduos sólidos, incluindo aterros sanitários;
- h. Segurança turística, serviços de atendimento médico (primeiros socorros), sistemas de evacuação frente a emergências.

Componente V – Gestão Ambiental

Este componente será dirigido à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar. Dentre as ações previstas, estão incluídas: a implantação de sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, dentre outros.

Serão passíveis de financiamento as seguintes atividades:

- i. Elaboração de propostas de normas ambientais complementares relacionadas à atividade turística;
- j. Desenvolvimento e implantação de projetos de recuperação ambiental de áreas degradadas de uso turístico potencial;
- k. Avaliações ambientais estratégicas de áreas turísticas selecionadas;
- l. Estudos de capacidade de carga e de limites aceitáveis de alteração e levantamento de linhas, base de referência de indicadores ambientais;
- m. Sistemas de gestão ambiental para destinos e atividades turísticas;
- n. Estudos de impacto ambiental e social;
- o. Programas de sensibilização e gestão ambiental visando, dentre outros aspectos: a conservação de recursos (água, energia), controle de ruídos, limpeza das praias e outros atrativos, reciclagem de resíduos;
- p. Zoneamento ambiental e implantação de áreas de proteção ambiental (APA);
- q. Elaboração de estratégias ambientais para os destinos (ex: agendas 21);
- r. Cursos de capacitação de gestores turísticos para proteção e gestão ambiental.

10.8.4 Metodologia de Priorização

Cada ação foi avaliada a partir de três diferentes perspectivas: a perspectiva da comunidade, a perspectiva técnica – elaborada pela Suinvest/Setur, e a análise da sua integração com o planejamento estratégico global do Estado, também elaborada pela Suinvest/Setur, com base nos estudos desenvolvidos pela Fipe.

A perspectiva da comunidade foi desenvolvida durante as reuniões participativas dos documentos já mencionados, que subsidiam este Planejamento. Partindo dos pontos fracos levantados, as comunidades sugeriram ações que solucionassem tais problemas. Em reuniões posteriores, os participantes estabeleceram os níveis de prioridades das ações propostas, de acordo com a urgência e importância da ação.

No parecer técnico, as ações foram priorizadas levando-se em consideração a avaliação de como os resultados almejados e previstos colaborariam para o desenvolvimento sustentável da atividade turística e para a solução das deficiências apontadas. Para essa priorização tomou-se como base os resultados do diagnóstico (capítulo 3) e de pesquisa realizada em campo.

Por fim, a análise da integração com o planejamento estratégico global do Estado considerou a importância de determinadas ações para outros setores e atividades e outras fontes de recursos, colaborando para alavancar o desenvolvimento amplo da região.

Desta forma, as ações de maior importância estratégica serão classificadas como prioridade “A”, as quais serão executadas no primeiro momento. Aquelas classificadas como prioridade “B” poderão ser executadas concomitantemente ou posteriormente.

10.8.5 Ações e projetos financiáveis

Visão Geral e Ações Previstas

Os conjuntos de ações previstos neste Plano são totalmente transversais e obedecem aos critérios contidos na Estratégia Turística da Bahia: O Terceiro Salto – 2007-2016. Desta forma, pretende-se contribuir tanto para alcançar as metas relacionadas especificamente com o aumento dos indicadores do turismo, quanto atingir os objetivos de gerar emprego, renda e outros benefícios para a população local e, conseqüentemente, melhorar os indicadores de pobreza na região.

Deste modo, as intervenções abrangem ações de: implantação e requalificação de infraestrutura turística; recuperação de patrimônio histórico-cultural; valorização de produtos turísticos; qualificação profissional, capacitação empresarial, inclusão produtiva, combate à pobreza; captação de investimentos privados mais vinculados à economia local; gestão ambiental; desenvolvimento do empoderamento da população e das instâncias de governança regional; criação e implantação de novos produtos e roteiros turísticos; e a comercialização do destino.

As ações propostas estão agrupadas por área de atuação, vinculadas aos componentes do Programa e classificadas por prioridade e abrangência.

COMPONENTE I – ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

Projeto Integrado de Intervenção Náutica

- Estudo para definição de segmento de demanda para elaboração de produtos náuticos
- Identificação do portfólio de produtos culturais (oferta efetiva)
- Estratégia de concessão para gestão de bases náuticas (combinação de critérios de potencialidade turística e perfil social dos beneficiários)

a. Objetivos

- Identificar, mapear e georeferenciar as potencialidades náuticas, tais como: cruzeiros marítimos, recreio e esporte, eventos náuticos, mergulho, pesca esportiva, dentre outros, bem como os segmentos de demanda para tais atrativos nas diversas localidades da Baía de Todos-os-Santos;
- Levantar e caracterizar a oferta de produtos de turismo cultural que se constituam em interesse de visita para os turistas náuticos ao longo da BTS;
- Estudar, analisar e apresentar modelo de gestão para as bases náuticas.

b. Justificativa

A Baía de Todos-os-Santos, rota natural de navegação entre a Europa e o Brasil desde o século XVI, foi considerada o principal porto do Atlântico Sul devido às suas águas protegidas e propícias para a navegação, às correntes marítimas e aos ventos favoráveis que praticamente conduzem as embarcações a vela desde a linha do Equador até a entrada da baía. É possível navegar por quase toda extensão da BTS, observando o 'calado' da embarcação utilizada.

O primeiro século no Brasil Colônia registrou o início das atividades produtivas no Recôncavo as quais consistiram no aparecimento de fazendas e engenhos voltados para a cultura da cana de açúcar. A falta de vias de acesso por terra dotou as águas da BTS e os rios navegáveis em sua orla de uma importância vital, tanto para romper o isolamento dos núcleos populacionais que iam surgindo, para garantir o fluxo das mercadorias. Por volta de 1589 eram mais de 1.400 embarcações em uso na Bahia e serviam a todas as fazendas por mar, sendo que muitos engenhos tinham à sua disposição vasto número de embarcações.

Salvador tornou-se importante entroncamento portuário da América do Sul. Segundo Mattoso (1992), nos séculos XVII e XVIII o porto de Salvador registrava um fluxo regular de embarcações providas de alto-mar, que permaneciam em águas baianas, em média, por três meses. Durante esse período, realizavam reparos, abasteciam-se de víveres e mantimentos ou simplesmente aguardavam por condições de vento e tempo adequados para a partida.

Com a abertura dos portos em 1808, a província acompanhou a multiplicação dos contatos com o exterior, em especial com a Inglaterra e os Estados Unidos. A pujança dessa economia produziu verdadeiras fortunas. Em 1850, a atividade empregava algo em torno de 2.000 pessoas e fazia uso de 100 a 200 embarcações.

Hoje, a concentração da atividade náutica do Estado da Bahia ainda está na BTS, visto que na região são realizados os principais eventos náuticos; concentra a grande maioria das vagas para atracação, possuindo marinas da melhor qualidade.

Estas e outras características tornam a BTS importante polo nacional para o desenvolvimento da náutica, por já possuir uma infraestrutura que, se ampliada em proporções graduais, será capaz de atender à crescente demanda internacional do turismo náutico para o Brasil. A interface entre a atividade náutica possível na BTS e sua atratividade cultural poderá reforçar o desenvolvimento do turismo náutico na região.

Descrição da ação

O Projeto Integrado de Intervenção Náutica é composto de três ações interdependentes, quais sejam:

- Estudo de segmento de demanda de produtos turísticos náuticos na Baía de Todos-os-Santos, especificando os subsegmentos (cruzeiros marítimos, recreio e esporte, eventos náuticos, mergulho, pesca esportiva, etc.) de acordo com as condições de vento, profundidade e temperatura da água, correntes, balneabilidade, dentre outras características ambientais. Este estudo deverá indicar ainda alternativas de localização das bases náuticas da BTS, além de uma rede de equipamentos náuticos necessários aos produtos definidos.
- Estudo de segmento de demanda de novos produtos turístico-culturais que poderão ser incorporados aos roteiros náuticos e / ou que se constituam em apelo atrativo para os visitantes do segmento de turismo náutico na BTS, incluindo estratégia de marketing de cada um deles. Dentre os produtos elencados, destacar aqueles que se adequam à aplicação dos princípios do turismo cultural criativo.
- Modelo e estratégia de concessão para a gestão das bases náuticas.

A duas primeiras deverão ser executadas conjuntamente, mediante contratação de empresa de consultoria especializada em estratégia de produto e estudos de mercado específicos para área de segmentação turística. Os estudos citados acima deverão combinar critérios de potencialidade turística e perfil social dos beneficiários, considerando a população local, visitantes e empresários envolvidos na cadeia de produção do turismo e da náutica.

Os estudos ora propostos deverão identificar, mapear e georeferenciar as potencialidades para o turismo náutico, a fim de permitir a estruturação de roteiros náuticos e a formação de produtos que combinem atratividade natural e cultural, correspondentes à vocação de cada uma das sub-regiões identificadas no polo.

Os estudos de demanda integrantes deste projeto apresentarão a caracterização dos subsegmentos e respectivos perfis de consumidores para os produtos formatados, além do indicativo das estratégias de marketing para cada um dos produtos propostos. A terceira ação deverá apresentar modelo e estratégia de concessão para a gestão das bases náuticas. Esse modelo deve levar em consideração alternativas de inserção da população local nas atividades e serviços oferecidos, bem como nos postos de trabalho gerados pelas bases. A integração da cultura e da produção local também deverá ser considerada tomando como base a utilização dos resultados dos dois estudos anteriores.

Produtos e Resultados

Estudo de segmento de demanda de produtos turísticos náuticos na Baía de Todos-os-Santos, especificando os subsegmentos (cruzeiros marítimos, recreio e esporte, eventos náuticos, mergulho, pesca esportiva, etc.) de acordo com as condições de vento, profundidade e temperatura da água, correntes, balneabilidade, dentre outras características ambientais. Este estudo deverá indicar ainda alternativas de localização das bases náuticas da BTS, além de uma rede de equipamentos náuticos necessários aos produtos definidos.

Estudo de segmento de demanda de novos produtos turísticos e culturais que poderão ser incorporados aos roteiros náuticos e / ou que se constituam em apelo atrativo para os visitantes do segmento de turismo náutico na BTS, incluindo estratégia de marketing de cada um deles. Dentre os produtos elencados, destacar aqueles que se adequam à aplicação dos princípios do turismo cultural criativo.

Modelo e estratégia de concessão para a gestão das bases náuticas.

Os estudos citados acima deverão combinar critérios de potencialidade turística e perfil social dos beneficiários, considerando a população local, visitantes e empresários envolvidos na cadeia de produção do turismo.

c. Nível de Prioridade - A

d. Nível de Abrangência – Ações globais

e. Situação – TR a elaborar

Valor estimado: US\$ 2.000.000,00 = R\$ 3.700.000,00

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – TR em elaboração

- **Projeto Integrado de Intervenção Náutica – quatro bases náuticas na BTS (estudo de viabilidade, projetos executivos, construção, atracadouros e píeres, urbanização, tematização, pontos de informações turísticas, gestão integrada e implementação de concessão.**

a) Objetivo

Dotar a Baía de Todos-os-Santos de infraestrutura náutica para o turismo, através da implantação de quatro bases náuticas.

b) Justificativa

A BTS, levando em consideração a sua extensão em superfície marítima e contorno territorial, é detentora de grande diversidade ambiental, sociocultural e produtiva.

Os estudos preliminares acerca das potencialidades náuticas e turísticas apontam para um amplo leque de produtos e serviços, fazendo-se necessária a priorização no que se refere à implantação da infraestrutura necessária. Tomando por base a Teoria de Geossistemas e o conceito de Territórios de Identidade utilizados para a sub-regionalização da BTS, foram identificadas 04 áreas geográficas distintas, quais sejam: Metropolitana I, Metropolitana II, Recôncavo e Recôncavo Sul.

Para cada uma dessas áreas propõe-se a implantação de bases náuticas que se constituem em um conjunto de equipamentos e instalações destinados a oferecer aos visitantes serviços em um mesmo espaço, dotados de estrutura gestora que assegure regularidade e padrão de qualidade.

A implantação das bases náuticas proporcionarão a descentralização dos serviços necessários aos usuários de embarcações ao longo da BTS, já que atualmente observa-se uma grande concentração desses serviços na orla de Salvador e adjacências. Assim espera-se que essas bases sejam utilizadas como estrutura de suporte aos visitantes que se deslocam por via marítima em toda a extensão da baía, incluindo os estuários dos principais rios do Recôncavo.

Justifica-se a implantação dessas bases, pois as mesmas se constituirão em células principais de uma rede de serviços de apoio à navegação que, juntamente com outras pequenas estruturas de apoio, permitirão a formatação de roteiros e visitas por via marítima. As bases também servirão de elo entre as localidades que se situam na borda da BTS, bem como portão de entrada ao ambiente náutico.

c) Descrição da ação

O projeto será composto das seguintes ações: elaboração de estudos de viabilidade, projetos executivos, construção das bases náuticas, urbanização do entorno, bem como programa de arquitetura e criação de marca, além da implantação da concessão e modelo de gestão.

Cada base deverá conter os serviços e equipamentos relativos às necessidades e potencialidades locais, com uma estrutura mínima de: posto de informação, sala equipada com equipamentos de informática, banda larga de internet ou rede WiFi, sanitários/vestiário, guarda-volumes, loja de conveniência e pontos de comercialização da produção associada e de alimentos e bebidas produzidos pela comunidade.

d) Custo Estimado

US\$15.500.000,00 = R\$ 28.675.000,00

e) Produtos e Resultados

Estudo de viabilidade, projetos executivos, construção de atracadouros e píeres, urbanização, tematização, pontos de informações turísticas, gestão integrada e implementação de concessão.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – TR em elaboração

- **Implantação de uma rede de equipamentos náuticos (estudos de viabilidade, projetos executivos e construção)**

a) Objetivo

Dotar a Baía de Todos-os-Santos de infraestrutura náutica para o turismo, através da implantação de equipamentos náuticos como terminais hidroviários, atracadouros e flutuantes, pontos de apoio ao turista, módulo portátil de informações turísticas e rampas de acesso ao mar.

b) Justificativa

A Baía de Todos-os-Santos oferece alta atratividade para o segmento de turismo náutico, embora a atual situação das instalações seja de baixa qualidade ou inexistente em diversas localidades de interesse turístico.

A implantação de uma rede de infraestrutura náutica possibilitará o desenvolvimento do turismo náutico e a incorporação de novos locais para visitação. Essa visitação também possibilita a geração de emprego e renda nas diversas localidades.

A região não conta com serviços de informações turísticas capazes de estimular o aumento da permanência, a visita de locais ainda não incluídos nas rotas de visitação. O módulo portátil de informações turísticas atende à característica de alta sazonalidade presente na região, podendo ser melhor aproveitado quando da realização de eventos culturais ou náuticos, ou ainda reforçando as estruturas fixas durante a alta estação.

c) Descrição da ação

Este Projeto é composto das seguintes ações: estudos de viabilidade e de impacto ambiental, projetos executivos e construção de estruturas náuticas, bem como o projeto executivo da construção dos módulos portáteis.

Os pontos de apoio são estruturas mais simplificadas em relação às bases náuticas, devendo ser implantados em locais estratégicos do turismo náutico. Serão compostos dos seguintes itens: posto de informação; sala equipada com equipamentos de informática, banda larga de internet ou rede WiFi; sanitários/vestiário; guarda-volumes; loja de conveniência e pontos de comercialização da produção associada e de alimentos e bebidas produzidos pela comunidade, a depender da necessidade de cada localidade.

As unidades portáteis serão produzidas de acordo com os estudos desenvolvidos pela Setur, cuja finalidade abrange a funcionalidade no transporte e a segurança da instalação.

Os pontos de apoio e terminais hidroviários possibilitarão o atendimento aos visitantes que circulam em embarcações próprias ou em *charters* náuticos, quanto atenderão a possíveis implantações de linhas de transporte entre localidades da BTS, o que também beneficiará a população local e os turistas que chegam por via terrestre e desejam usufruir de passeios locais de saveiros e outras embarcações que circulam na região.

A definição dos locais onde serão instalados os respectivos equipamentos deverá se basear nos estudos de potencialidade e demanda, que fazem parte deste Projeto Integrado de Intervenção Náutica.

d) Custos Estimados

US\$ 5.000.000,00 = R\$9.250.000,00

e) Produtos e Resultados

Estudos de viabilidade socioeconômica e ambiental, projetos executivos e construção de atracadouros, píeres, flutuantes, pontos de apoio, terminais hidroviários, rampas de acesso e módulos portáteis de informações turísticas.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – TR em modificação

- **Sinalização Turística e Interpretativa na BTS**

a. Objetivo

Garantir o provimento de informações indicativas e interpretativas padronizadas e articuladas nas áreas de circulação turística.

A sinalização turística do polo Baía de Todos-os-Santos tem como propósito principal dar continuidade à implementação de infraestrutura turística nas regiões prioritárias do Estado, garantindo o provimento de informações indicativas e interpretativas padronizadas e articuladas nessas áreas de circulação turística.

b. Justificativa

Toda a região turística necessita de um sistema de sinalização turística que permita a identificação e circulação de visitantes na região. A sinalização turística obedece às normas internacionais, a fim de estabelecer uma linguagem padrão em relação a símbolos e padrões. Sabe-se que a sinalização turística, atualmente, é considerada um dos requisitos indispensáveis para a avaliação da qualidade dos destinos turísticos, pois permite a circulação orientada nas regiões visitadas. Além disso, proporciona ao visitante autonomia para realização de passeios independentes da programação turística estabelecida pelos agentes de receptivo, estimulando ainda o aumento da permanência e maior integração entre o turista e a população local.

Complementando o sistema de sinalização das regiões turísticas da Bahia, iniciado no Prodetur NE/II e implantado na Costa do Descobrimento, Cacau e Dendê, propõe-se a elaboração e implantação desse projeto na BTS, o que permitirá a continuidade da sinalização das regiões turísticas da Bahia.

c. Descrição da ação

Projeto e implantação de sinalização rodoviária e turística nos 18 municípios que integram o polo, abrangendo indicações sobre a prática do turismo náutico e da prática de esportes náuticos. O processo de implantação da sinalização turística tem início com a elaboração do projeto executivo, o qual apresenta, em detalhes, as vias de acesso, os núcleos urbanos e os atrativos a serem indicados e/ou incluídos na sinalização interpretativa, assim como os leiautes das placas e suportes e os materiais a serem utilizados.

d. Custo Estimado

US\$ 1.400.000,00 = R\$ 2.590.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto executivo, confecção e instalação das placas de sinalização.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR já elaborado

- **Balizamento na BTS**

a. Objetivo

Dotar a BTS de sinalização marítima, de modo a permitir a implantação das rotas náuticas com segurança.

b. Justificativa

A BTS é a maior baía do Brasil e a segunda maior do Atlântico. Sua superfície tem, aproximadamente, 1.000 km², e um contorno bastante recortado, com 238 km de extensão. Possui uma entrada de 30 km de largura, no sentido Leste-Oeste e 36 km de comprimento no sentido Norte-Sul. É possível navegar por quase toda a sua extensão; contudo, em determinados trechos, apresenta uma batimetria rica em bancos rasos de areia e pedras, além de possuir estruturas de exploração petrolífera, com tubulações semissubmersas.

Diante das características citadas acima e do interesse dos governos federal e estadual em desenvolver o segmento de turismo náutico na BTS, torna-se necessária a aplicação das normas internacionais de IALA ou *International Association of Lighthouse Authorities*, que estabelecem as normas, os códigos, formas e cores que devem ter as balizas, cujo objetivo é prevenir acidentes e ajudar na navegação da região, pois a sinalização é fundamental para a identificação das entradas e saídas dos portos, de áreas de naufrágios e, principalmente, das zonas de pouca profundidade.

Sendo assim, esta ação se justifica por indicar o caminho mais seguro para as embarcações, revelando os perigos ocultos ou mostrando vias preferenciais, já que se pretende que a BTS seja o portão de entrada para o turismo náutico no Brasil.

c. Descrição da ação

Elaborar e implantar o projeto de balizamento, indicando os canais e demarcando os perigos nos portos, baías, rios, lagos e lagoas, através do conjunto de sinais fixos ou flutuantes, cegos ou sonoros, tais como: sinalizadores, balizas, boias, luminosos.

Vale informar que é obrigatória a utilização do sistema de comunicação internacional, composto por 40 bandeiras e outros tantos galhardetes.

d. Custo Estimado

US\$ 1.600.000,00 = R\$ 2.960.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto e implantação do balizamento da BTS.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – TR em modificação

• **Qualificação Profissional para o turismo náutico na BTS**

a. Objetivo

Capacitar e qualificar profissionais e empresários do segmento de turismo náutico da BTS.

b. Justificativa

A qualificação profissional e empresarial é fundamental para o desenvolvimento do turismo náutico na Baía de Todos-os-Santos. A região conta com poucos empreendimentos nesse segmento e que atuam de forma amadora. A mão de obra é despreparada para o atendimento a um fluxo de turismo mais exigente e qualificado. Considerando a vocação regional e o potencial de crescimento do turismo náutico, não somente em Salvador como em toda a região, esta ação contribuirá para a redução do desemprego e inserção da população local no mercado de trabalho deste segmento, estimando-se a abertura de novas possibilidades de ocupações diretas ou associadas aos fornecedores dessa cadeia produtiva.

c. Descrição da ação

Este projeto deverá beneficiar os atores do turismo náutico, notadamente os trabalhadores, os profissionais autônomos e empregadores, capacitando-os para as profissões de marinheiros, *skippers*, reparos, eletricitas de embarcação, mecânico naval, mecânico de laminação, capoteiro, marceneiro naval, confeccionador de velas, barracas e toldos, dentre outros.

Também poderão ser programados cursos de idiomas para atendimento a turistas. O apoio à implantação de equipamentos e empreendimentos, como também a qualificação desses empresários para gestão de micro e pequenos negócios na área náutica, também farão parte desta ação. A Setur deverá contar com parceiros como o Sebrae e o Senai, dentre outros.

d. Custo Estimado

US\$ 1.100.000,00 = R\$ 2.035.000,00

e. Produtos e Resultados

Plano de trabalho, contendo metodologia, conhecimento do problema, referencial teórico e cronograma das atividades; Relatórios de Execução dos Cursos - Relatórios analíticos, por turma, comprovando a execução dos cursos, registrando local e período de realização; número de alunos inscritos, evadidos e concluintes; conteúdos trabalhados; metodologia e recursos utilizados; material de apoio; fotos dos eventos; registro de frequência; indicadores de avaliação definidos conjuntamente com a equipe técnica da Setur; dificuldades encontradas e soluções adotadas; Relatório Final de Avaliação contendo relatório descritivo evidenciando a quantidade de frequência dos participantes do projeto e a elevação da produtividade dos treinandos.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TRs elaborados

• Distrito Cultural e Turístico da Baía de Todos-os-Santos (implantação)

a. Objetivo

Desenvolver a indústria cultural e proteger o patrimônio material e imaterial da BTS, promovendo a sua integração com a atividade turística regional. Busca-se ainda aplicar o conceito de turismo criativo (*creative tourism network*) melhorando não somente a capacidade dos *stakeholders* em produzir atividades culturais, como também a inserção da população local na atividade objeto desse projeto.

b. Justificativa

O Distrito Cultural e Turístico é a resposta mais efetiva às necessidades de criação e produção cultural quando eles estão estritamente ligados à identidade de um local determinado. O DCT é gerado a partir de uma acumulação longa e espontânea dessas atividades criativas em que os produtos são de alta qualidade e incorporam os símbolos da identidade local.

O Distrito Cultural e Turístico permite que a comunidade residente aproveite adequadamente sua identidade cultural própria e reconheça seus valores através da riqueza e variedade de sua indústria cultural. Com isso, o turismo possibilita a criação de um ambiente favorável, uma vez que cria condições para que os visitantes possam experimentar, compartilhar e entender as características da identidade baiana.

O DCT atua na diversificação do portfólio de produtos culturais para o turismo, estimulando a proteção e autenticidade local, beneficiando a população residente e mantendo uma oferta de alta qualidade.

Com a implantação do DCT será possível acompanhar e promover a evolução contínua de ideias criativas emergentes, incorporando novos setores produtivos e mudanças tecnológicas.

c. Descrição da ação

A implantação do DCT se inicia com a elaboração do plano de trabalho com metodologia a ser utilizada, buscando aplicar o conceito de turismo criativo, seguido de: mobilização e sensibilização dos atores estratégicos (governamentais, privados e terceiro setor); formação do núcleo gestor do projeto; definição e implantação do modelo jurídico-institucional e de sustentabilidade financeira; elaboração e validação do regulamento e das normas; eleição dos membros diretivos; qualificação da equipe diretiva e operacional, e elaboração do planejamento estratégico do DCT.

d. Custo Estimado

US\$ 2.500.000,00 = R\$ 4.625.000,00

e. Produtos e Resultados

Plano de mobilização e sensibilização, relatório de constituição do núcleo gestor do projeto; estudo e definição do modelo jurídico-institucional e de sustentabilidade financeira do DCT; estatuto, manual operativo e normas de turismo responsável; relatório do evento de eleição e posse dos membros diretivos; plano de capacitação; execução dos cursos e plano estratégico do DCT – BTS.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR em modificação

- **Distrito Cultural e Turístico da Baía de Todos-os-Santos**

- Levantamento e estudo para interpretação do Patrimônio natural e cultural material e imaterial da Baía de Todos-os-Santos
- Estruturação de novos produtos de turismo cultural criativo (combinação de critérios de potencialidade turística e perfil social dos beneficiários)

a. Objetivos

Levantar, mapear, georeferenciar e elaborar plano de interpretação do patrimônio natural e cultural, material e imaterial, da BTS.

Estruturar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos da Baía de Todos-os-Santos, adotando os princípios do turismo cultural criativo.

b. Justificativa

A BTS é detentora de rico patrimônio natural e cultural, material e imaterial, ainda pouco utilizado como oferta de produtos e roteiros turísticos na região. O que se observa ao longo do período de desenvolvimento turístico, iniciado na década de 70 e presente até os dias atuais, é um uso limitado e pontual desses atrativos. Esta realidade, por um lado, tem contribuído para a perda e degradação de parte desse patrimônio e, por outro lado, deixa-se de aproveitar a diversidade cultural e natural da BTS como alternativa de geração de benefícios socioeconômicos advindos da atividade turística.

Para a dinamização do turismo na região foi identificado um novo segmento de turismo, intitulado “turismo criativo”, que tem como característica a participação dos visitantes em atividades artísticas e criativas o que lhes permite descobrir a cultura local, graças à experimentação, à aprendizagem e à representação.

Acredita-se que a aplicação desse segmento será potencializada com a realização desse projeto cujos estudos irão proporcionar maior conhecimento acerca do patrimônio regional, que, associado à aplicação de técnicas de interpretação patrimonial e dos princípios do turismo cultural criativo, permitirão a construção de um diferencial competitivo para a BTS, gerando novas alternativas e roteiros de visitação terrestre e náutica.

A dinamização do turismo cultural e náutico na BTS pode ser vista como estratégica para a sustentabilidade das comunidades tradicionais existentes na região.

c. Descrição da ação

Este projeto deverá ser desenvolvido no âmbito do DCT BTS, combinando critérios de potencialidade turística com o perfil social dos beneficiários.

Prevê-se a contratação de empresa especializada para a realização dos trabalhos que incluem pesquisa de campo, realização de oficinas envolvendo as comunidades locais, consolidação dos dados obtidos, elaboração de planos de interpretação e estruturação de novos roteiros.

d. Custo Estimado

US\$ 500.000,00 = R\$ 925.000,00

e. Produtos e Resultados

Relatório e mapeamento georeferenciado do patrimônio natural e cultural, material e imaterial, da Baía de Todos-os-Santos.

Plano de interpretação do patrimônio natural e cultural da BTS.

Documento contendo apresentação dos roteiros e estratégia de marketing para cada um deles.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência - Ação global

h. Situação - TR em modificação

- **Distrito Cultural e Turístico da BTS - Qualificação Profissional/Empresarial**

a. Objetivo

Capacitar e qualificar profissionais e empreendedores que desenvolvem e investem na atividade cultural e turística, de forma a melhorar a qualidade dos serviços turísticos e culturais na BTS.

b. Justificativa

A baixa qualificação dos serviços turísticos e de produtos culturais na BTS tem provocado um aproveitamento limitado em comparação com o potencial turístico presente na região.

A qualificação dos profissionais que já atuam na área, assim como a formação de novos profissionais oriundos da população local, pode se constituir em vetor de crescimento e geração de emprego e renda na região.

A disponibilidade e qualidade dos equipamentos e serviços turísticos e culturais apresentam-se como as variáveis mais relevantes na avaliação da satisfação do turista, o que influencia não apenas a permanência, como também o aumento do fluxo turístico para o Estado. A qualificação da oferta de serviços pode ainda influenciar no perfil do turista, atraindo visitantes com maior poder de consumo e aumentando a receita turística da Bahia. De acordo com pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe (2011), 46,1% dos turistas domésticos e 44,5% dos turistas internacionais da Bahia são influenciados na sua decisão de viagem por comentários positivos de amigos e parentes acerca dos destinos visitados. A pesquisa identificou que dentre as 13 zonas turísticas (ZT) do Estado, a Baía de Todos os Santos concentra 36,9% do fluxo turístico total. Nesse sentido, a fim de promover a qualificação dos serviços turísticos da BTS, faz-se necessária a realização deste projeto, com vistas a aumentar a competitividade da região, promover a geração de emprego e renda e a consequente melhoria da qualidade de vida da população local.

c. Descrição da ação

Esta ação compreende a administração de cursos de qualificação profissional e empresarial para os atores do segmento cultural e turístico da BTS, dos setores de hospedagem, alimentação, agenciamento, entretenimento, transporte, empreendimentos culturais, organizadores de eventos, produtores de artesanato, dentre outros.

d. Custo Estimado

US\$1.000.000,00 = R\$ 1.850.000,00

e. Produtos e Resultados

Plano de trabalho, contendo metodologia, conhecimento do problema, referencial teórico e cronograma das atividades; Relatórios de Execução dos Cursos - Relatórios analíticos, por turma, comprovando a execução dos cursos, registrando local e período de realização; número de alunos inscritos, evadidos e concluintes; conteúdos trabalhados; metodologia e recursos utilizados; material de apoio; fotos dos eventos; registro de frequência; indicadores de avaliação definidos conjuntamente com a equipe técnica da Setur; dificuldades encontradas e soluções adotadas; Relatório Final de Avaliação contendo relatório descritivo, evidenciando a quantidade de frequências dos participantes do projeto e elevação da produtividade dos treinandos.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TRs elaborado

- **Estudo de identificação dos fatores e causas que contribuem para a informalidade empresarial no setor turístico e desenho da estratégia para incentivos à formalização**

a. Objetivo

Realizar pesquisa para identificar fatores e causas que contribuem para a informalidade empresarial, com vistas a elaborar e implementar estratégia de incentivo à formalização das empresas e prestadores de serviços turísticos na BTS.

b. Justificativa

O Brasil, mesmo contando com um cenário econômico em desenvolvimento, ainda conserva diversas características de informalidade e baixo grau de profissionalização, notadamente no setor de serviços. De acordo com dados do IBGE (2003), na Bahia, 32% do total de empreendimentos informais fazem parte do setor de serviços. Sabe-se que a atividade turística é exercida, na sua quase totalidade, pelo setor de serviços, e que os altos índices de informalidade comprometem a qualidade dos serviços prestados, a descontinuidade na prestação desses serviços, gerando também impacto na taxa de desemprego e nas condições de proteção social. Outras consequências são também associadas à informalidade, como a baixa qualidade de produtos e serviços, pouco interesse na intensificação dos investimentos, reduzido acesso ao crédito, falência dos negócios, dentre outros. Embora os dados não sejam recentes, sabe-se que este panorama não tem se alterado significativamente, razão pela qual se justifica o presente estudo, que permitirá conhecer mais de perto a realidade presente na BTS e a indicação de alternativas de atuação para formalização de empresas do setor de turismo na região.

c. Descrição da ação

A informalidade empresarial no setor de turismo, embora seja uma realidade constatada na BTS, ainda permanece desconhecida, sobretudo, no que se refere às causas e fatores contribuintes. A realização de pesquisa para identificar fatores e causas que contribuem para a informalidade empresarial no turismo da BTS, e a identificação do perfil empresarial turístico regional permitirão, a partir deste estudo, o desenho de estratégias de incentivo à formalização e profissionalização do setor empresarial do turismo, buscando-se ainda realizar o mapeamento e localização de ocorrências na região. O mapeamento permitirá conhecer a concentração dos empreendimentos por município e o fatores desencadeadores locais, como base para implementação das estratégias de formalização e fortalecimento das empresas de turismo da BTS.

d. Custo Estimado

US\$ 900.000,00 = R\$ 1.665.000,00

e. Produto e resultados esperados

Estudo de identificação das empresas e prestadores de serviços turísticos, além de elaboração e implementação de estratégias e políticas públicas para estimular a regularização das empresas e prestadores de serviços turísticos.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR a elaborar

- **Centro de Documentação e Memória da Cultura Negra da Baía de Todos-os-Santos**

a. Objetivos

Reunir, registrar e difundir as várias manifestações culturais afro-brasileiras do entorno da Baía de Todos os Santos, bem como encaminhar e acompanhar junto aos órgãos do Estado ações de salvaguarda, proteção, reconhecimento e registro dos bens culturais como patrimônio material e imaterial.

b. Justificativa

O projeto se justifica pela riqueza da cultura negra que se desenvolveu no Recôncavo Baiano e que tem sido referencial para o desenvolvimento do turismo étnico-afro na região da BTS, assegurando a permanência e maior integração entre o turista e a população local. A localização da sede do Centro fica em frente ao local onde se pretende requalificar o atracadouro e construir um Ponto de Apoio ao Turista, em Cachoeira.

A escolha da cidade de Cachoeira como sede para o *Centro de Documentação e Memória da Cultura Negra na Baía de Todos os Santos* não é fortuita. A partir de 2007, o Governo do Estado da Bahia, através da Lei nº 10.695/07, passa a transferir, temporariamente, no dia 25 de junho, a sede do Governo para a cidade de Cachoeira, em homenagem à resistência histórica do povo cachoeirano na luta pela independência brasileira. Este fato demonstra o reconhecimento social, político e parlamentar da importância da participação das populações de Cachoeira e seu entorno, em sua maioria formada por comunidades tradicionais, para a história e memória do Brasil na Bahia.

c. Descrição da ação

O *Centro de Documentação e Memória da Cultura Negra na Baía de Todos-os-Santos* ficará abrigado no quarteirão do porto da cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano, conforme entendimento com a Prefeitura Municipal de Cachoeira, que também é uma das parceiras na criação desse Centro.

O Centro será composto por espaços diversos, tais como: biblioteca multimídia, salas para exposições museográficas e pesquisas e loja de artesanato. Além disso, tótems interativos serão instalados em áreas distintas do Centro, para facilitar a pesquisa por parte daqueles que visitarem o espaço.

d. Custo Estimado

US\$ 5.000.000,00 = R\$ 9.250.000,00

e. Produtos e Resultados

Elaboração de projeto básico, projeto executivo, execução da obra e implantação do Centro.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Cachoeira)

h. Situação – TR em elaboração

• Recuperação do Museu Wanderley Pinho

a. Objetivo

Recuperar o patrimônio histórico e requalificar o espaço que se constituirá em uma grande atração turística e cultural, possibilitando o seu acesso e a integração com os roteiros também por via náutica.

b. Justificativa

O Engenho Freguesia é um conjunto arquitetônico composto por casa grande, capela anexa e fábrica. Esse patrimônio é considerado uma obra de referência para a arquitetura dos engenhos, com características únicas no Brasil, tendo sido tombado em 14 de setembro de 1944 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan.

Em decorrência da importância histórica e artística do Engenho Freguesia, o Museu do Recôncavo Wanderley Pinho foi instalado nessa propriedade em 1971, após ter sido adquirido pelo Governo do Estado da Bahia com a finalidade de preservar a história do Recôncavo Baiano e do próprio Engenho.

O valor histórico desse equipamento está associado ao testemunho de uma época economicamente importante na história do Brasil, maior produtor de açúcar entre os séculos XVI e XVII, fazendo de Caboto e adjacências um território marcado por fatos históricos, econômicos e políticos que, em conjunto com outros municípios, configuraram a identidade sociocultural do Recôncavo. Os aspectos ambientais e de localização do sítio que compreende uma área total de 127 hectares na borda da BTS

reforçam o elo existente entre dois componentes turísticos significativos: a paisagem natural e o legado cultural, material e imaterial.

Objetiva-se, assim, possibilitar a criação de oportunidades que, alinhadas ao conteúdo histórico e ambiental, permitam a geração de emprego e renda para as comunidades envolvidas nesse projeto.

Diante de todos os fatos e características citadas anteriormente, a recuperação deste patrimônio contribuirá com a diversificação dos roteiros turísticos integrando cultura, turismo e náutica, além de propiciar a realização de eventos, oferecendo inúmeras possibilidades de lazer, não só para os baianos como também para aqueles que visitam nosso Estado.

c. Descrição da ação

O antigo Engenho Freguesia, atual Museu do Recôncavo Wanderley Pinho, está localizado na enseada do Caboto, município de Candeias, às margens da Baía de Todos-os-Santos, em frente à Ilha de Maré, a 43 km de Salvador, e reúne, no mesmo local, expressivos valores do Patrimônio Construído e Natural. Possui acesso terrestre e também por via marítima. Trata-se de conjunto de elevado valor monumental, de meados do século XVIII, tombado pelo Iphan. É constituído de casa grande, com capela anexa e fábrica que está localizada próximo ao cais. Atualmente, as edificações encontram-se deterioradas, o museu e a capela estão desativados, necessitando de obras de recuperação e restauro para permitir a reabertura desse espaço cultural.

O projeto prevê intervenção nas seguintes áreas: Recuperação da casa grande e capela; reconstrução da antiga fábrica para utilização como auditório com capacidade para 150 pessoas; foyer, senzala reconstituída cenograficamente em uma das áreas, e espaços multiusos; construção do atracadouro com uma pequena estrutura de apoio náutico para acesso ao museu; paisagismo e urbanização da área, com criação de ciclovia, mirantes e trilhas; elaboração e execução de: projeto expográfico, com recursos audiovisuais, sonoros, aromáticos e sensoriais; projeto e restauração do acervo do museu; projeto e implantação do Centro de Referência da História do Recôncavo.

d. Custo Estimado

US\$ 8.600.000,00 = R\$ 15.910.000,00

e. Produtos e Resultados

Projetos básicos e complementares, projetos executivos, execução das obras de recuperação das edificações, requalificação do atracadouro existente e urbanização da área externa do museu, elaboração e execução do projeto expográfico, projeto e restauração do acervo do museu; projeto e implantação do Centro de Referência da História do Recôncavo.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Candeias)

h. Situação – Projeto básico

• Requalificação Urbana da Rua Chile

a. Objetivo

Requalificar o espaço com nova pavimentação, oferecendo novo produto turístico integrado à Praça Castro Alves e ao Museu de Arte Sacra, localizado na Rua do Sodré.

b. Justificativa

Primeira artéria urbana da cidade, a Rua Chile está localizada no Centro Histórico de Salvador e se fez notar no passado como espaço de glamur até meados da década de 1870, tornando-se ponto de encontro da elite e de circulação das autoridades locais. Configurando-se como área de tráfego de passagem, a memória coletiva guarda lembranças do seu fulgor como eixo principal do comércio e de serviços da Cidade Alta, onde se presenciava edificações em estilo eclético, que abrigavam lojas,

confeitarias, hotéis e escritórios de luxo. Com a consolidação de outras centralidades que passaram a atrair investimentos e, acompanhando o vetor norte de expansão da cidade, o processo de degradação das áreas centrais foi iniciado, refletindo-se também na Rua Chile; hoje, muitas de suas edificações perderam o uso original ou encontram-se subutilizadas

c. Descrição da ação

A intervenção proposta neste Projeto se inicia na Praça Castro e estende-se até a Praça da Sé, prevendo ações na Rua Chile, início da Rua do Tamoio, Rua D'Ajuda, Rua da Misericórdia e Terminal da Rua das Vassouras. Modifica o fluxo viário, transformando a Rua Chile em um importante portal de acesso à Praça Municipal e aos palácios Rio Branco e Tomé de Sousa, à Praça Municipal e ao elevador Lacerda. O Projeto prevê, dentre outras ações, o alargamento das calçadas existentes com a substituição da sua pavimentação por piso em concreto lido e granito flameado, a valorização da iluminação pública, substituição da pavimentação asfáltica, redes elétricas e de telecomunicações subterrâneas, melhoria do sistema viário e de pedestres, bem como nova rede de abastecimento de água e de esgotamento sanitário, além da implantação de rede de distribuição de gás liquefeito de petróleo. A requalificação dos espaços públicos visa, sobretudo, à implementação de uma nova dinâmica à área, através da substituição do uso do solo e de concessão de incentivos fiscais, sendo importante salientar que a revitalização da Rua Chile constitui-se em mais uma ação no sentido de preservar o Centro Histórico de Salvador e redinamizar o turismo local.

d. Custo Estimado

US\$7.500.000,00 = R\$ 13.875.000,00

e. Produtos e Resultados

Planilha orçamentária e execução da obra

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – projetos básico e executivo concluídos

• Implantação do Serviço de Atendimento ao Consumidor Náutico – SAC Náutico

a. Objetivo

Oferecer ao turista náutico estrangeiro uma estrutura integrada de serviços, com vistas a acelerar a entrada de barcos estrangeiros em território nacional.

b. Justificativa

Com a publicação do Decreto presidencial nº 5.887, o qual aumenta a permanência de barcos estrangeiros no Brasil, de três meses para dois anos, e a escolha da Baía de Todos-os-Santos como portão de entrada do turismo náutico internacional pelo Governo Federal, devido à sua diversidade cultural, beleza natural exuberante, sol o ano inteiro, ventos constantes e temperatura da água de 26°C, aliada ao crescimento do número de regatas e rallyes internacionais que têm como parada a BTS, torna-se necessária a estruturação de serviços destinados ao atendimento a esses navegadores, reduzindo o tempo de formalização da entrada de turistas e embarcações. O projeto se justifica em função das facilidades que o novo serviço pode gerar, principalmente no que se refere à comodidade do turista.

c. Descrição da ação

Implantar no mesmo local postos avançados da Anvisa, Receita Federal, Polícia Federal e Capitania dos Portos. Através dessa ação, que deve ser conjunta entre os governos federal e estadual, será possível reduzir o tempo de formalização da entrada de turistas e embarcações, de três a quatro dias para menos de uma hora. O SAC Náutico deverá funcionar no Terminal Náutico da Bahia, antigo cais da Companhia de Navegação Bahiana (CNB). A gestão do serviço ficará sob responsabilidade da Secretaria de Administração do Estado.

d. Custo Estimado

US\$ 65.000,00 = R\$ 120.250,00

e. Produtos e Resultados

Implantação da estrutura física e operacional do SAC Náutico, com aquisição de móveis e equipamentos. O projeto vislumbra como principal resultado reduzir o tempo de formalização da entrada de embarcações e turistas estrangeiros de três a quatro dias para menos de uma hora.

f. Nível de Prioridade - A**g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)****h. Situação – Termo de Referência em elaboração**

- **Requalificação do Terminal Náutico de Salvador**

a. Objetivo

Requalificar o Terminal Náutico de Salvador e ampliar a marina, com vistas a oferecer mais conforto e mais serviços ao turista náutico e à população local.

b. Justificativa

No Brasil, o turismo já é o terceiro produto de exportação na balança comercial, atrás somente da soja em grão e do minério de ferro. Segundo o Ministério do Turismo (MTur), o turismo no Brasil está crescendo acima de 15%, quando a média de crescimento mundial é de 10%. Segundo a Organização Mundial de Turismo, o setor é responsável por um em cada nove empregos gerados no mundo. Por sua natureza e dinâmica, é o segmento da economia que pode mais rapidamente responder aos desafios que se colocam para a nação brasileira, como a geração de novos postos de trabalho, a ampliação das divisas, a redução das desigualdades regionais, a distribuição da renda, a valorização e conservação do imenso patrimônio cultural e natural. No entanto, para que o turismo seja de fato o elemento propulsor do desenvolvimento socioeconômico do Brasil, é necessário ter por base o princípio da sustentabilidade, possibilitando a apropriação das comunidades locais dos meios de produção e dos benefícios advindos da atividade turística, a preservação do meio ambiente, a prevenção de problemas sociais e a satisfação de turistas, empresários, comunidade e gestores públicos.

Os estudos desenvolvidos pelo Plano Estratégico do Turismo Náutico, publicado no ano de 2010 pela Secretaria de Turismo, mostraram que a Baía de Todos-os-Santos dispõe de um grande potencial para o desenvolvimento do turismo náutico no Brasil. Esta região tem o município de Salvador, capital do Estado da Bahia, como o principal ponto de partida para a visita dos atrativos turísticos.

Em Salvador, o Terminal Marítimo de Passageiros, localizado no antigo Cais da Companhia de Navegação Bahiana, é um dos mais tradicionais e importantes pontos de embarque e desembarque de passageiros e turistas. Contudo, atualmente, encontra-se com suas instalações degradadas, necessitando de reforma e ampliação de sua infraestrutura, de modo a oferecer melhores condições de conforto e segurança aos usuários.

c. Descrição da ação

Do Terminal Marítimo de Salvador partem diariamente embarcações com destino ao Forte São Marcelo, Morro de São Paulo, Ilha de Itaparica, Ilha dos Frades, Ilha de Maré, Cachoeira, Maragogipe, além de ser ponto de apoio para excursões turísticas promovidas por operadoras de escunas e lanchas. Deverá também promover a ampliação do número de vagas de atracação da marina existente, aumentando a capacidade de atracação que, hoje, é de 78 embarcações para 108 embarcações. Ainda haverá adequação da edificação para receber as instalações do SAC Náutico, da sede do Distrito Cultural e Turístico da BTS e da sede da Área de Proteção Ambiental – APA BTS, além de espaços complementares como biblioteca, área multiuso, câmara de gelo, posto de informações turísticas, cafeteria, restaurante, loja de conveniência, lavanderia, sanitários e vestiários, mirante e estacionamento.

Esta intervenção deverá dotar a Estação de Passageiros de melhores condições para usuários, sejam eles turistas ou moradores, facilitando a atracação das embarcações e melhorando o funcionamento dos serviços oferecidos ao público.

d. Custo Estimado

US\$ 1.350.000,00 = R\$ 2.497.500,00

e. Produtos e Resultados

Execução das obras de reforma do terminal e ampliação da marina

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – Projeto básico e executivo já elaborados

- **Urbanização da Orla de São Félix**

a. Objetivo

Requalificar a orla de São Félix, proporcionando maior visibilidade ao seu patrimônio histórico-cultural construído.

b. Justificativa

A segunda etapa de urbanização complementa a primeira, que foi concluída em 2010 através do Programa Momumenta. Ela abrange a cabeceira da Ponte Dom Pedro II (tombada pelo Governo do Estado, Decreto 8357/2002) e termina em um grande largo, conhecido como “curral”, um dos espaços remanescentes do Recôncavo onde são realizadas feiras semanais de gado.

A urbanização de São Félix contribuirá para a melhoria do ambiente paisagístico e para a valorização desse conjunto patrimonial formado pelas cidades de Cachoeira e São Félix, separadas apenas pelo Rio Paraguaçu e interligadas pela ponte histórica Dom Pedro II. Esta intervenção proporcionará maior visibilidade do acervo arquitetônico de São Félix, cujo espaço frontal encontra-se degradado e escondido por construções recentes.

c. Descrição da ação

A urbanização inclui a recuperação da praça, o remanejamento da estação rodoviária, melhorias da pavimentação, iluminação, instalação de unidades comerciais, sanitários públicos e quadras esportivas.

Este projeto tem a sua execução condicionada à implementação do Centro de Documentação e Memória da Cultura Negra da Baía de Todos-os-Santos, localizado em Cachoeira.

d. Custo Estimado

US\$1.350.000,00 = R\$ 2.497.500,00

e. Produtos e Resultados

Projetos Executivos e realização da obra de urbanização

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (São Félix)

h. Situação – Projeto básico

- **Levantamento das áreas públicas destinadas a investimentos privados para instalação de hotéis, bases de *charter*, marinas e estações náuticas na Baía de Todos-os-Santos**

a. Objetivo

Realizar levantamento de áreas para atração de investimento para a zona turística BTS.

b. Justificativa

O estudo se justifica pela necessidade de formação de um banco de dados de áreas públicas para investimentos a serem oferecidas a investidores, o que acarretará uma ação mais pró-ativa da Setur na atração de investimentos privados na região.

c. Descrição da ação

Contratação de empresa especializada para identificar as áreas públicas, pertencentes aos municípios e ao Estado, que estão disponibilizadas para investimentos privados do setor de turismo.

d. Custo Estimado

US\$220.000,00 = R\$ 407.000,00

e. Produtos e Resultados

Cadastro de áreas públicas para a captação de investimentos privados vinculados ao setor de turismo na região.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – Iniciada (em processo de licitação)

• **Requalificação Turística da Praça Castro Alves**

a. Objetivo

Recuperar a praça, que é um patrimônio dos baianos, e criar um novo espaço multiuso para incentivar a realização de eventos culturais e artísticos no local.

b. Justificativa

Um dos principais pontos turísticos da capital baiana, a Praça Castro Alves é palco de eventos grandiosos, como o tradicional encontro de trios elétricos, que ocorre nas madrugadas do último dia do Carnaval da Bahia. No passado, abrigou acontecimentos políticos importantes, como os comícios das *Diretas Já* e de outros fatos históricos que reuniam grandes multidões no seu entorno. Embora localizada no Centro Antigo da cidade, a praça não foi beneficiada pelo Projeto de Recuperação do Centro Histórico de Salvador, iniciado na década de 1990. Apesar de algumas intervenções recentes, da iniciativa privada, como a recuperação do prédio do antigo Cine Guarany, e da compra de antigos prédios para a implantação de unidades hoteleiras, a exemplo do antigo prédio do jornal A Tarde, seu entorno é hoje constituído de uma área completamente degradada, que abriga antigos edifícios desocupados.

A requalificação da Praça Castro Alves proporcionará a inserção dessa área na programação turístico-cultural do Centro Histórico de Salvador.

c. Descrição da ação

O Projeto de Requalificação da Praça Castro Alves abrange, além da sua recuperação física, a implantação de uma arena de espetáculos para cerca de cinco mil pessoas, áreas de estacionamento, mirante, intervenções de acessibilidade, e outros equipamentos de lazer. Os estudos preliminares realizados indicam como espaço natural para ser implantada a área de encosta nas proximidades da Ladeira da Preguiça que liga a Cidade Alta e a Cidade Baixa, através de uma grande escadaria, que hoje serve de ponto de venda e uso de drogas. A localização da arena nesse espaço conta com diversos fatores que contribuiriam para um melhor aproveitamento turístico da intervenção. Em primeiro, nos cabe destacar a visão panorâmica e privilegiada da Baía de Todos-os-Santos, proporcionada pela encosta em questão. Isso, por si só, já se constituiria em um grande atrativo turístico. Além disso, a construção da arena nesse local possibilitaria a ampliação tanto da área de lazer da praça quanto da área reservada para estacionamento. Vale ressaltar também que, a despeito da reurbanização do espaço, a sua requalificação turística irá depender da sua futura capacidade de oferecer atrativos culturais que mantenham, permanentemente, a circulação de baianos e turistas no seu entorno.

d. Custo Estimado

US\$ 13.500.000,00 = R\$ 24.975.000,00

e. Produtos e Resultados

Projetos básico, executivo, planilha orçamentária e execução das obras físicas

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações específicas

h. Situação – Termo de Referência em elaboração

- **Elaboração de estudos e projetos para o Oceanário de Salvador**

- a. Objetivo**

- Elaboração de estudos e projeto básico para a implantação do Oceanário de Salvador

- b. Justificativa**

- A cidade de Salvador está voltada para o mar em duas grandes frentes: a orla atlântica que inicia no Farol da Barra e se estende até Praia do Flamengo, e a orla interna da Baía de Todos-os-Santos, que se relaciona diretamente com a região histórica da cidade, onde se localizam os principais atrativos culturais e monumentos inseridos nas rotas de visitação da cidade. Sabe-se que o mar é uma fonte inesgotável de espécies e ambientes capaz de despertar o interesse dos visitantes motivados a conhecer esse tesouro submerso, através de aquários e outras representações contidas em um oceanário. O Oceanário de Salvador deverá desenvolver atividades educativas para o conhecimento dos oceanos, dirigida aos habitantes da cidade e seus visitantes, além abordar os desafios ambientais da atualidade. Deve colaborar com instituições em projetos de investigação científica, de conservação da biodiversidade marinha e apoiar o desenvolvimento sustentável dos oceanos, sobretudo da Baía de Todos-os-Santos e seu entorno. Os oceanários têm sido responsáveis pelo acréscimo de fluxos de turistas nos locais em que se localizam, justificando-se plenamente a implantação deste projeto em Salvador. Espera-se com a elaboração do projeto a atração de empresa privada para implantação do mesmo.

- c. Descrição da ação** Elaboração de estudos e projetos para o Oceanário de Salvador. O projeto executivo, a execução da obra e, posteriormente, a gestão do equipamento será objeto de uma Parceria Público-privada (PPP).

- d. Custo Estimado**

- US\$ 1.700.000,00 = R\$ 3.145.000,00

- e. Produtos e Resultados**

- Estudos de viabilidade, localização, impactos ambientais e projeto básico de arquitetura

- f. Nível de Prioridade** - A

- g. Nível de Abrangência** – Ação específica (Salvador)

- h. Situação** – Em processo de licitação

- **Trem Turístico-Cultural Santo Amaro-Cachoeira**

- a. Objetivo**

- Oferecer um novo produto turístico que possa se constituir em uma alternativa multimodal para a BTS.

- b. Justificativa**

- O projeto consiste na implantação do produto turístico Trem Cultural, inicialmente percorrendo o trecho que liga Santo Amaro a Cachoeira, integrante da tradicional ferrovia que tem origem em Salvador e passa no Recôncavo Baiano. O uso do transporte ferroviário tradicional tem despertado o interesse do turismo porque resgata tradições e busca se associar a outras características culturais locais. O propósito maior é adicionar mais uma atração de visita à região, oferecendo serviços de qualidade, que promovam a cultura, a história e a tradição dessa região. Além disso, o próprio trajeto oferece uma rica sequência de paisagens naturais, características do Recôncavo Baiano, que só se pode visualizar através do percurso ferroviário. Este projeto está recomendado pelo estudo de Integração Cultura e Turismo, realizado pelo BID, como um dos Projetos Centrais de Desenvolvimento do Turismo na BTS.

- c. Descrição da ação**

- Recuperação e requalificação das estações de ferroviárias de Santo Amaro e Cachoeira e recuperação de locomotivas para operação do trajeto. A gestão da linha será compartilhada pela Ferrovia Centro Atlântica – FCA e as prefeituras dos dois municípios referidos. Espera-se também despertar o interesse de prestadores de serviços locais (gastronomia, artesanato, música, outros produtos típicos locais),

motivados pelo movimento turístico nas estações ferroviárias e nas referidas cidades. Espera-se também que ocorra o interesse dos turistas pelo uso da multimodalidade de transporte para realização deste roteiro, podendo ser marítimo-ferroviário ou rodo-ferroviário

d. Custo Estimado

US\$ 950.000,00 = R\$ 1.757.500,00

e. Produtos e Resultados

Plano de instalação, operação da linha turística, recuperação das estações ferroviárias e recuperação da locomotiva.

f. Nível de Prioridade - B

g. Nível de Abrangência – Ação agrupada

h. Situação – Em negociação com empresa que administra espólio da antiga Companhia Ferroviária e com as prefeituras.

- **Implantação do Projeto Turístico da Feira de São Joaquim**

a. Objetivo

Requalificar a Feira de São Joaquim, melhorando as condições sanitárias e estruturais de funcionamento, possibilitando também a visita turística de forma ordenada.

b. Justificativa

Uma das maiores da América Latina, a Feira de São Joaquim constitui-se em um dos espaços mais representativos e de referência da cultura popular da Bahia por agregar a comercialização de artesanato, produtos vinculados ao culto religioso afro-baiano, culinária típica popular, hortifruti, ervas culinárias e medicinais, pescados e animais vivos, dentre outros. A situação precária das instalações sanitárias e o desordenamento da mesma vinham colocando em risco a saúde pública, o que justificou a sua requalificação. Este projeto beneficiará primeiramente os feirantes, a população local e os visitantes, tanto com a melhoria de qualidade e ordenamento dos espaços de comercialização de produtos, como também as áreas de convivência integradas à borda da BTS. Acredita-se que o projeto de requalificação da Feira de São Joaquim proporcionará a oferta de um novo produto de turismo cultural criativo genuíno, unindo história, cultura e tradição popular da Bahia.

c. Descrição da ação

O desenvolvimento do projeto da Feira de São Joaquim prevê o ordenamento dos espaços de acordo com a natureza dos produtos comercializados, prevendo-se ainda a abertura do fundo da feira para a borda da BTS. Espera-se que esse espaço se constitua em área de entretenimento e visita tanto para turistas como para a população local, inclusive no período noturno. Associado a este projeto físico de adequação da feira ao circuito de interesses turísticos, uma série de ações de aprimoramento dos serviços podem ser visualizadas: gastronomia, organizacional para PME, projetos culturais, dentre outros.

O projeto prevê a construção de um espaço para bares e restaurantes, além da construção de um atracadouro voltado para a BTS.

d. Custo Estimado

US\$ 14.000.000,00 = R\$ 25.900.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto executivo e execução da obra

f. Nível de Prioridade - B

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – Projeto básico já elaborado

- **Elaboração e Implantação da Rota Cicloturística na área de borda da BTS**

a. Objetivo

Dotar a borda da BTS de infraestrutura adequada à utilização da bicicleta e com isso oferecer mais uma alternativa de circuito turístico aos visitantes, à população local e, principalmente, aos amantes do esporte.

b. Justificativa

A rota cicloturística viabiliza o ingresso de maior número de participações nos negócios do turismo, integrando a população local. Mais que infraestrutura cicloviária, as rotas cicloturísticas são eixos de desenvolvimento turístico e meio de maior alcance territorial, um novo produto turístico.

c. Descrição da ação

Contratação de empresas especializadas para o desenvolvimento do projeto e execução da obra

d. Custo Estimado

US\$ 1.650.000,00 = R\$ 3.052.500,00

e. Produtos e Resultados

Projeto executivo e execução da obra

f. Nível de Prioridade - B

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – TR em elaboração

• **Recuperação do Quartel do 1º Grupamento de Bombeiros de Salvador**

a. Objetivo

Realizar a recuperação do patrimônio histórico e ocupação do imóvel pela Brigada de Combate a Incêndios no Centro Histórico de Salvador.

b. Justificativa

Para além da recuperação da edificação histórica, o projeto se justifica por viabilizar uma sede para Brigada de Combate a Incêndios.

c. Descrição da ação

Imóvel de valor histórico e cultural, tombado pelo Estado da Bahia, constitui referência durante os festejos de Santa Bárbara, patrimônio imaterial da Bahia, e abriga profissionais responsáveis por serviço indispensável à preservação do Centro Histórico de Salvador/CHS, tombado pelo Iphan e reconhecido como Patrimônio Mundial pela Unesco. A ideia da recuperação é transformá-lo em sede para formação de brigadas de combate a incêndios no Centro Histórico. Já conta com projetos básicos e executivos.

d. Custo Estimado

US\$ 2.750.000,00 = R\$ 5.087.500,00

e. Produtos e Resultados

Execução da obra de recuperação com base nos projetos básico e executivo.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – Projeto Básico e Executivo concluídos

• **Consolidação das ruínas e reconstrução do Mosteiro de São Bento das Lajes (1ª Escola Agrícola da América Latina)**

a. Objetivo

Consolidar as ruínas e reconstruir a edificação, com vistas a manter o patrimônio e oferecer um novo atrativo turístico ao município.

b. Justificativa

Localizado em São Francisco do Conde, às margens da Baía de Todos-os-Santos, o edifício encontra-se sobre uma elevação a cavaleiro do Rio Subaé, de onde se contempla uma vasta região de mangues. Edifício de elevado valor monumental, dos meados do século XIX, foi uma das primeiras escolas agrícolas da América Latina, tombado individualmente pelo Governo do Estado, conforme Decreto 28.398/81.

Atualmente, o complexo encontra-se em processo de arruinamento, necessitando de intervenção restaurativa, com recuperação do antigo cais. Além da recuperação de um patrimônio de tamanha importância, o projeto se justifica em função da sua localização privilegiada, às margens do rio, em local de rara beleza e com excelentes condições de navegação.

c. Descrição da ação

Projeto básico e executivo de consolidação das ruínas, estudos, projetos básico e executivo de reconstrução e estudos de viabilidade de uso do imóvel.

d. Custo Estimado

US\$ 6.500.000,00 = R\$ 12.025.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto básico, projeto executivo e execução da obra

f. Nível de Prioridade - B

g. Nível de Abrangência – Ação específica (São Francisco do Conde)

h. Situação – Negociações com a prefeitura para desapropriação da área e aproveitamento turístico do equipamento

- **Implantação da Via de Acesso ao Museu de Arte Sacra**

a. Objetivo

Destacar o acesso ao Museu de Arte Sacra integrando-o aos projetos de requalificação da Praça Castro Alves e da Rua Chile.

b. Justificativa

Pela importância do Museu de Arte Sacra, cujo acesso é hoje bastante precário, além de formar um conjunto arquitetônico com os projetos de Requalificação da Praça Castro Alves e Requalificação da Rua Chile.

c. Descrição da ação

O projeto da Via de Acesso, também denominado de Portal de Acesso ao Museu de Arte Sacra, visa destacar o acesso ao Museu de Santa Thereza ou Museu de Arte Sacra, considerado uma relíquia da arquitetura colonial portuguesa da cidade de Salvador. O projeto propõe também a requalificação da Rua do Sodré, indicando nova pavimentação para os passeios, pintura das fachadas dos casarios e nova iluminação pública. Esse projeto permitirá, portanto, um novo e mais qualificado acesso ao museu e ao bairro de Santa Tereza, valorizando a visão do conjunto arquitetônico, dotando todo esse cenário de uma melhor visibilidade no contexto turístico da cidade.

d. Custo Estimado

US\$ 2.500.000,00 = R\$ 4.625.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto Executivo e execução da obra

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação específica (Salvador)

h. Situação – Projeto básico

COMPONENTE II – ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

Promoção dos Segmentos de Turismo Cultural e Náutico na BTS

- **Elaboração do Plano de Comunicação e Marketing com foco especial na BTS (turismo cultural e náutico) e na estratégia de e-marketing do Estado + Desenho do sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção**

a. Objetivo

Dispor de um guia para realizar uma ação de marketing coordenada, encaminhada para atingir objetivos precisos que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico da área, com foco nos segmentos de turismo cultural e náutico; criar um sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção; facilitar a coordenação dos esforços de promoção e comercialização dos diferentes atores dos setores público e privado; otimizar a ação de promoção fazendo um melhor uso dos recursos e acompanhando os resultados; melhorar o conhecimento do mercado potencial sobre o destino, aumentar seu interesse pelo mesmo e facilitar a decisão de compra; e alcançar um posicionamento adequado no mercado, consistente com as estratégias de desenvolvimento turístico.

b. Justificativa

O projeto se justifica por identificar as oportunidades que podem gerar bons resultados para o turismo na Baía de Todos-os-Santos, através do estabelecimento de objetivos, metas e estratégias e pela inexistência de um estudo dessa natureza com tamanha profundidade.

c. Descrição da ação

Elaboração de um Plano de Comunicação e Marketing, com apresentação do diagnóstico da estratégia de e-marketing e das ações realizadas atualmente, além de apresentação de um modelo de sistema de monitoramento e avaliação dos canais de promoção.

d. Custo Estimado

US\$ 1.000.000,00 = R\$ 1.850.000,00

e. Produtos e Resultados

Diagnóstico, plano estratégico, plano operacional, plano de financiamento

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR em ajuste

• Implantação do Plano de Comunicação e Marketing e do Sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção

a. Objetivo

Implantar o Plano de Comunicação e Marketing, bem como o sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção.

b. Justificativa

Nos últimos anos, a Bahia vem realizando vultosos investimentos visando desenvolver o turismo como um dos principais setores da sua economia. Essa escolha deu-se não só pela qualidade dos atributos do destino Bahia - patrimônio natural, histórico, artístico e cultural, hospitalidade do seu povo - mas também pela relação extremamente positiva entre investimentos públicos e geração de empregos e pelo grande potencial de inclusão social e movimentação da economia que este setor possui.

Hoje um dos principais polos turísticos do Brasil, a Bahia pretende consolidar-se como o principal destino turístico do Brasil. O estabelecimento de um Plano de Marketing estruturado, portanto, é uma das ferramentas mais importantes para a obtenção desse resultado, uma vez que possibilitará o entendimento do mercado consumidor, a definição de uma estratégia de marketing e o acompanhamento das ações previstas, além de facilitar e ordenar a conjunção de esforços entre os setores público e privado, elemento fundamental para a concretização desse objetivo.

c. Descrição da ação

Implantação de um Plano de Comunicação e Marketing Turístico, com apresentação de metodologia, indicadores e soluções para o sistema de monitoramento e avaliação dos canais de promoção.

d. Custo Estimado

US\$ 8.350.000,00 = R\$ 15.447.500,00

e. Produtos e Resultados

Diagnóstico, plano estratégico, plano operacional, plano de financiamento

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR em ajuste

- **Distrito Cultural e Turístico da Baía de Todos-os-Santos - Apoio à realização de feiras e salões náuticos em Salvador e captação de eventos desportivos náuticos**

a. Objetivo

Inserir a Bahia no circuito nacional e internacional de eventos náuticos.

b. Justificativa

As feiras náuticas do Brasil ocorrem atualmente no Rio de Janeiro, São Paulo e Santa Catarina e são fontes de receita e atração de visitantes. Na BTS, a realização de feiras náuticas, especificamente em Salvador, podem se transformar em atrativos programados, compondo o calendário de eventos da região.

A captação e a realização de feiras e eventos náuticos esportivos, regatas, campeonatos de pesca, mergulho, *jet ski*, etc., constitui-se em estímulo à ampliação da cultura náutica na Baía de Todos-os-Santos, além de atrair a visitação de esportistas e aficcionados do mar. O apoio do poder público é fundamental para a intensificação de um calendário regular nessa área.

c. Descrição da ação

O planejamento das ações deste projeto será definido pelo Plano de Marketing.

d. Custo Estimado

US\$ 1.000.000,00 = R\$1.850.000,00

e. Produtos e Resultados

Serão definidos pelo Plano de Marketing

f. Nível de Prioridade - B

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR já elaborado

COMPONENTE III – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

- **Fortalecimento Institucional da Setur/Bahiatursa**

a. Objetivo

Fortalecer a Unidade de Coordenação de Projeto (UCP) através da aquisição de softwares, equipamentos de informática, automóvel e veículo marítimo que possibilite o acompanhamento das ações do Prodetur Nacional; ampliar e qualificar o quadro de pessoal; capacitar a equipe técnica através de ações de benchmarking; fomentar a integração entre os órgãos envolvidos no desenvolvimento do turismo estadual; aumentar a capacidade de gestão e contribuir para a melhoria da qualidade dos produtos turísticos.

b. Justificativa

Nas últimas décadas, visando à qualificação dos diversos destinos turísticos do Estado, o Governo da Bahia, através de seus órgãos gestores do turismo, implementou programas de melhoria da infraestrutura pública e capacitação de mão de obra turística, destacando os Programas de Desenvolvimento Turístico do Nordeste – Prodetur I e II. Dando continuidade a essa política, atualmente encontra-se em fase de negociação o Prodetur Nacional que tem como instituição financiadora o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID.

Com vistas ao atendimento das exigências do BID, a Setur implantou uma Unidade de Coordenação de Projeto – UCP, composto por diversificado corpo técnico para a

execução do programa, de forma a promover a eficiência na sua execução, tornando-se necessário a adequação, desenvolvimento e implementação de algumas sistemáticas operacionais, visando à capacitação e qualificação institucional da Setur, de modo a assegurar o alcance dos resultados pretendidos pelo Programa.

Ressalta-se ainda que na fase inicial de preparação do Programa, o BID impõe como exigência pré-contratual documentos que necessitam do domínio técnico sobre políticas de empréstimos internacionais. Além disso, os prazos estabelecidos para apresentação de tais documentos mostram-se reduzidos, o que impacta diretamente no cronograma de execução do Programa, já que esses documentos constituem-se em condições prévias ao primeiro desembolso.

c. Descrição da ação

Aquisição de equipamentos de informática, automóvel e veículo marítimo; realização de ações de benchmarking; capacitação da equipe técnica da Setur e instituições parceiras do Programa.

d. Custo Estimado

US\$1.720.000,00= R\$ 3.182.000,00

e. Produtos e Resultados

Equipamentos de Informática, automóvel e veículo marítimo, capacitação da equipe técnica e dos parceiros do Programa.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR já elaborado

• **Estruturação do Sistema Estadual de Estatística Turística**

a. Objetivo

Realizar a reestruturação do Sistema Estadual de Estatísticas Turísticas da Bahia (SIET-BA), com vistas a produzir e disponibilizar, de forma contínua, os dados, informações e análises acerca da atividade turística do Estado.

b. Justificativa

Esta proposta de reestruturação do Sistema Estadual de Estatísticas Turísticas - SIET Bahia é uma iniciativa de grande relevância institucional a ser desenvolvida pela Setur, como parte do fortalecimento institucional do órgão gestor do turismo estadual. Além do papel preponderante a ser desempenhado no monitoramento e formulação das políticas públicas de turismo, o SIET viabilizará o provimento de dados confiáveis, necessários ao desenvolvimento de projetos e ações, bem como ao monitoramento do Prodetur e de outros programas de financiamento a projetos turísticos públicos.

Esta iniciativa também atende às Recomendações Internacionais para Estatísticas de Turismo, acordadas em 2008 pela OMT com a validação da comunidade internacional do turismo e publicadas em 2010. Tais recomendações enfatizam a necessidade de implantação do SIET, não somente em nível nacional, como também em níveis regionais/estaduais e locais, de acordo com a relevância turística de determinadas regiões e destinos.

c. Descrição da ação

Contratação de empresa especializada para realizar o estudo com base nos indicadores socioeconômicos e turísticos do Estado da Bahia e, especialmente, na zona turística que integra o Programa.

d. Custo Estimado

US\$ 2.500.000,00 = R\$ 4.625.000,00

e. Produtos e Resultados

Pesquisas e estudos estaduais ou locais, importantes para o monitoramento turístico na zona turística BTS.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – TR já elaborado

- **Fortalecimento da Gestão Turística municipal (Incubadoras de Gestão de Turismo Municipal + Estudos de Incentivos Financeiros para a melhoria da Gestão Municipal)**

- a. Objetivo**

- Criar a incubadora de gestão municipal na BTS com vistas a dotar os municípios de capacidade técnica para a gestão do turismo, além de desenvolver mecanismos de incentivos financeiros para os municípios que venham a aderir ao Programa.

- b. Justificativa**

- As incubadoras de gestão municipal representam um mecanismo de articulação entre a universidade e a gestão pública, proporcionando aos atores municipais desenvolvimento de instrumentos de controle, fiscalização, monitoramento e gestão do município, contribuindo para o desenvolvimento sustentável de políticas públicas apoiadas pelo conhecimento científico e pela participação qualificada dos atores regionais. O sistema de incubadoras visa também ser um instrumento que proporciona o desenvolvimento de um trabalho constante e com qualidade, evitando a quebra de implantação de projetos de médio e longo prazo que poderão vir a ser prejudicados caso não tenha a manutenção de um quadro de profissionais para gerir os processos durante todo o tempo de vida do projeto.

- Constata-se que a descontinuidade nos processos administrativos municipais tem dificultado a implantação de ações de desenvolvimento sustentável no setor de turismo, sendo necessária a adoção de projetos e ações de melhoria da gestão municipal no âmbito desses programas.

- Acredita-se que a implementação de uma incubadora de gestão municipal associada a mecanismos de incentivos financeiros poderão alavancar o fortalecimento da gestão municipal voltada para o turismo, o que beneficiará também as comunidades que dependem dessa atividade nos respectivos municípios.

- c. Descrição da ação**

- A incubadora de gestão municipal para o turismo oferecerá aos municípios da BTS a oportunidade de fortalecimento e estruturação da sua gestão por meio de adesão a este projeto, sendo beneficiados com programas de capacitação, controle, fiscalização, monitoramento e gestão do município. Desta forma, as prefeituras poderão viabilizar a realização de um trabalho consistente na área do turismo, tornando-se aptos à captação de recursos de diversas fontes, bem como a celebração de parcerias públicas e privadas.

- A incubadora realizará ação de sensibilização junto aos prefeitos municipais quanto à importância da qualificação dos profissionais envolvidos nas secretarias de Turismo, ou afins, do município, ampliando a articulação da área municipal de turismo com as demais secretarias e entidades locais.

- Os municípios que venham a aderir a este programa serão contemplados ainda com incentivos financeiros ao desenvolvimento da atividade turística.

- d. Custo Estimado**

- US\$1.065.000,00 = R\$1.970.250,00

- e. Produtos e Resultados**

- Concepção e implantação de Incubadora de Gestão Municipal para o Turismo (IGMT). Desenvolvimento de estudo de alternativas de incentivos financeiros para boas práticas de em gestão municipal do turismo.

- f. Nível de Prioridade - A**

- g. Nível de Abrangência – Ação global**

- h. Situação – TR em elaboração**

- **Pesquisa sobre a Produção Associada ao Turismo**

- a. Objetivo**

- A pesquisa tem como objetivo principal realizar um diagnóstico da estrutura da oferta dos bens e serviços turísticos e da produção local dos principais municípios da zona

turística Baía de Todos-os-Santos. Esse diagnóstico será feito através do dimensionamento do número e das principais características dos equipamentos e empreendimentos turísticos existentes. No caso específico dos meios de hospedagem, será feito também um diagnóstico da estrutura e dimensão do conjunto de insumos e de outros meios de produção consumidos por essa atividade, com identificação da origem dos seus fornecedores diretos.

b. Justificativa

Este estudo se justifica por gerar subsídios para a articulação dos órgãos governamentais em dois níveis: na execução do Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais e no apoio à implantação de empreendimentos privados mais integrados às economias locais.

c. Descrição da ação

Levantamento do potencial de consumo dos hotéis e da produção local das seguintes localidades: Salvador, Cachoeira, São Félix, Maragogipe, Itaparica, Vera Cruz e Nazaré. A Setur já contratou por inexigibilidade a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe, órgão vinculado à Universidade de São Paulo (USP), que desenvolveu a metodologia, uma vez que se trata de pesquisa inédita no Brasil.

d. Custo Estimado

US\$ 150.000,00 = R\$ 277.500,00

e. Produtos e Resultados

Um diagnóstico da participação do turismo na matriz econômica das localidades pesquisadas, informações consistentes sobre a cesta de consumo dos meios de hospedagem, da origem da aquisição de bens e serviços e da produção local dos produtos consumidos, além de informações estratégicas para a atração de investimentos privados para a região.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – Iniciada

• **Pesquisa de Turismo Receptivo do Estado da Bahia**

a. Objetivo

Esta pesquisa tem o objetivo de dar continuidade à sequência de pesquisas que norteiam as ações da Setur e da Bahiatursa com vistas a obter os principais indicadores do turismo na Bahia e o perfil dos visitantes.

b. Justificativa

Esta pesquisa integrará a base de dados para subsidiar os estudos de impacto econômico das ações do Prodetur Nacional na Bahia. A pesquisa é composta por dados de fluxo turístico nos principais portões de entrada; perfil do turista e seus gastos, além de avaliação dos destinos.

c. Descrição da ação

Realização de pesquisa de campo, tabulação, análise e consolidação dos dados obtidos. Espera-se dar continuidade à série histórica, iniciada em 2008, com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe, contendo dados de fluxo, receita, perfil do visitante, impacto, permanência média, dentre outros.

d. Custo Estimado

US\$ 2.780.000,00 = R\$ 5.143.000,00

e. Produtos e Resultados

Relatório com os principais indicadores estatísticos do turismo na Bahia e apresentação do perfil do turista nas diferentes zonas turísticas e dos diferentes segmentos turísticos.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações globais

h. Situação – Iniciada a pesquisa de 2011, que servirá de base para a série histórica que se pretende manter até o fim do Programa. Termo de Referência da segunda pesquisa da série já elaborado.

COMPONENTE IV – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

- **Projeto de Intervenção Náutica Integrada - Saneamento para 04 bases náuticas.**

- a. Objetivo**

- Elaborar projeto e implementar saneamento básico nas quatro bases náuticas, contemplando o atendimento às embarcações.

- b. Justificativa**

- O projeto se justifica por possibilitar um tratamento adequado do saneamento básico nas bases náuticas, através do abastecimento de água potável, coleta e tratamento de esgoto e manejo de resíduos sólidos, promovendo uma melhor gestão ambiental, facilitando o monitoramento da qualidade da água e o uso sustentável das áreas costeiras.

- c. Descrição da ação**

- Estudo preliminar para identificação e situação do saneamento básico da localidade na qual será instalado o empreendimento; elaboração do projeto executivo de saneamento básico para as bases náuticas, com solução de destinação final de resíduos sólidos do equipamento tanto das áreas secas como das áreas molhadas, e implementação do projeto.

- d. Custo Estimado**

- US\$ 400.000,00 = R\$ 740.000,00

- e. Produtos e Resultados**

- Projeto de engenharia e execução das obras

- f. Nível de Prioridade – A**

- g. Nível de Abrangência – Ação global**

- h. Situação – TR a elaborar**

- **Gestão Integrada de Resíduos Sólidos**

- a. Objetivo**

- Elaborar e implantar um sistema de gestão integrada de resíduos sólidos nos municípios da BTS.

- b. Justificativa**

- Os municípios integrantes da BTS ainda se encontram deficientes em relação à gestão de resíduos sólidos. Sabe-se que a inexistência de um sistema de gestão de resíduos sólidos implica na contaminação dos ambientes naturais como praias, rios, cachoeiras, o que impede o uso dessas áreas para fins de lazer e turismo. Ressalta-se ainda que o desenvolvimento do turismo provoca o aumento da produção de resíduos sólidos, devendo-se buscar soluções e medidas mitigadoras desse impacto. Deste modo, a vinculação de um programa de gestão de resíduos sólidos ao desenvolvimento turístico significa a garantia da preservação e da qualidade ambiental, indispensáveis à utilização turística dessas áreas naturais.

- c. Descrição da ação**

- Dotar as Prefeituras dos municípios de instrumentos legais, técnicos e gerenciais necessários e suficientes para a implementação e manutenção de um adequado sistema de gestão e manejo de resíduos sólidos, abrangendo a implementação do PIGRS, a operação e o seu monitoramento, a seleção de áreas, a execução de um programa de educação ambiental e a implementação do programa-piloto de Coleta Seletiva que atenda às necessidades dos municípios. Ainda como objetivo e produto a ser apresentado, inclui-se o Plano Regional de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos – PRGIRS. O objetivo do PRGIRS não é o compêndio dos demais planos municipais, mas a compilação, cruzamento e interpretação das informações dos planos individualizados de forma a produzir relatório lógico e didático. O relatório buscará ser objetivo e não volumoso, estruturado de forma o mais didática possível para que

possa tornar-se um instrumento de consulta operacional cotidiana e não um documento volumoso e sem utilidade.

d. Custo Estimado

US\$ 2.000.000,00 = R\$ 3.700.000,00

e. Produtos e Resultados

Plano Integrado de Gestão de Resíduos Sólidos Urbanos (PIGRS) para os 18 municípios do Polo Turístico Baía de Todos-os-Santos, Território de Identidade Recôncavo Baiano, incluindo suas respectivas implementações, programas-piloto de Coleta Seletiva, Plano Regional de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PRGIRS) e Estudos de Seleção de Áreas para Disposição Final de Rejeitos.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TRs já elaborados

• **Implantação da Polícia Turística e das Brigadas de Combate a Incêndio**

a. Objetivo

A criação da Polícia Turística tem o objetivo de garantir a segurança das embarcações no meio aquático. A segurança também deve ser trabalhada em terra, através de ações de policiamento ostensivo e preventivo e também de investimentos em capacitação de salva-vidas.

b. Justificativa

A segurança pública é um dos fatores mais importantes na avaliação de qualidade dos destinos turísticos de qualquer parte do mundo. Nas regiões turísticas da Bahia, a problemática da segurança pública começa a despertar a preocupação do poder público e dos empresários. Em algumas regiões, como a Costa dos Coqueiros, este tema tem sido tratado em reuniões conjuntas entre governo e empresariado, e a busca de alternativas e soluções tem direcionado as ações para a melhoria da qualificação dos efetivos policiais civis e militares, além do investimento em equipamentos de controle e monitoramento da segurança pública.

c. Descrição da ação

Este projeto dependerá da realização de ações integradas com a Secretaria da Segurança Pública e a Polícia Militar da Bahia, a colaboração da Marinha e da Aeronáutica, propondo realizar as seguintes ações de melhoria da Segurança Pública da zona turística Baía de Todos-os-Santos, integrante do Prodetur Nacional: capacitação dos efetivos das polícias civil e militar; aquisição de viaturas e embarcações para o policiamento ostensivo nas áreas de interesse turístico; aquisição de equipamentos de proteção aos policiais civis e militares; aquisição e instalação de equipamentos de telecomunicações; aquisição e instalação de equipamentos de monitoramento (circuito fechado de TV); aquisição de equipamentos de salvamento (floresta, aquático, aéreo); construção, instalação ou reforma de postos policiais e delegacias de proteção ao turista, bem como de equipamentos para os brigadistas.

d. Custo Estimado

US\$ 4.530.000,00 = R\$ 8.380.500,00

e. Produtos e Resultados

Plano de Desenvolvimento Integrado do Policiamento Turístico

Fortalecimento Institucional da Polícia Turística (duas etapas)

f. Nível de Prioridade – A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TRs elaborados

• **Melhorias dos Acessos Terrestres**

a. Objetivo

Realizar melhorias nos acessos terrestres dos municípios para possibilitar roteiros multimodais de transporte.

b. Justificativa

O projeto se justifica por possibilitar uma integração multimodal de transporte e permitir acesso marítimo e terrestre aos equipamentos recuperados pelo programa.

c. Descrição da ação

Contratação de empresa especializada em terraplenagem e pavimentação de estradas e vias vicinais para melhoria do acesso terrestre nos municípios de Salvador (Ilha de Maré, notadamente em Praia Grande, Santana e Itamoabo) e Candeias (acesso ao Museu do Recôncavo).

d. Custo Estimado

US\$ 2.200.000,00 = R\$ 4.070.000,00

e. Produtos e Resultados

Projeto de engenharia e execução das obras

f. Nível de Prioridade – B

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – Sistema já criado

• **Fortalecimento da Produção Associada ao Turismo**

a. Objetivo

Elaborar estudo da atual situação da cadeia produtiva do turismo na Baía de Todos-os-Santos, bem como propor alternativas sustentáveis de desenvolvimento com foco no setor turístico, considerando, inclusive, a necessidade de qualificação profissional e empresarial, subsidiando o planejamento e a implementação das ações de integração econômica da citada cadeia produtiva e de capacitação/qualificação do empresariado e da mão de obra.

b. Justificativa

A atividade turística tem grande repercussão na economia dos locais onde se desenvolve, ainda que sua importância tenha intensidade diferente conforme o dinamismo e a diversificação dos setores econômicos que são ali desenvolvidos.

Por meio de um planejamento ordenado e um gerenciamento cuidadoso, os benefícios do turismo podem ser maximizados e seus problemas, minimizados.

Nesse sentido, faz-se necessária uma avaliação precisa da situação econômica e social dos diversos municípios da Baía de Todos-os-Santos para que as intervenções a serem feitas pelo Governo do Estado sejam fatores de mudanças sociais positivas nas comunidades, melhorando a qualidade de vida, fomentando valores ligados à igualdade e proporcionando a geração de novas ocupações permanentes ou temporárias, ampliando a arrecadação de tributos locais, dentre outros.

c. Descrição da ação

Elaboração de estudo contendo diagnóstico da atual situação da cadeia produtiva do turismo na Baía de Todos-os-Santos, bem como proposição de alternativas sustentáveis de desenvolvimento de atividades relacionadas ao setor turístico, considerando inclusive a necessidade de qualificação profissional e empresarial. Este estudo servirá de base para o planejamento e a implementação das ações de integração econômica da citada cadeia produtiva e de capacitação/qualificação do empresariado e da mão de obra.

d. Custo Estimado

US\$ 2.120.000,00 = R\$ 3.922.000,00, sendo US\$120.000,00 = R\$ 222.000,00 para o plano e US\$2.000.000,00 = R\$3.700.000,00 para a implantação.

e. Produtos e Resultados

Plano de Trabalho; Diagnóstico, Análise Estratégica; Plano de Ação das intervenções e dos segmentos-alvo.

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR elaborado

- **Programa Regional de Inclusão Socioprodutiva de Catadores de Materiais Recicláveis dos Empreendimentos Econômicos Solidários Formais ou Informais da BTS**

a. Objetivo

Implantar o Programa Regional de Inclusão Socioprodutiva de Catadores de Materiais Recicláveis da BTS, promovendo a inclusão social através da geração de emprego e renda.

b. Justificativa

No Brasil, o mercado da reciclagem está pautado no trabalho dos catadores, que são os responsáveis pela destinação da maior parte dos resíduos coletados às indústrias recicladoras. A indústria brasileira da reciclagem é abastecida por bolsões de miséria, espalhados por todo o território nacional. Segundo estimativa do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR), 90% de tudo que é reciclado vêm das mãos dos cerca de 800 mil catadores organizados ou não em cooperativas e associações que atuam nas ruas das metrópoles e em lixões. A presença dos catadores nos diversos espaços urbanos nos municípios do Estado da Bahia é muito comum. Eles são vistos frequentemente realizando a coleta de materiais recicláveis em prédios públicos, áreas comerciais ou residenciais. O catador é um dos principais responsáveis por trazer de volta à cadeia produtiva o material que seria simplesmente descartado e desprezado e lançado em local, adequado ou não, de destinação final. Constantemente esses resíduos descartados, quando não são coletados por esses cidadãos, são, erroneamente, jogados em terrenos baldios, rios, rede de drenagem, causando uma série de outros problemas para as cidades.

Diante do exposto, torna-se necessária a implementação de ação estruturada de aproveitamento dos materiais recicláveis, com vistas à geração de renda direta aos catadores, como também a redução da pressão ambiental no entorno da BTS.

c. Descrição da ação

Identificação de catadores, problemas e propostas de soluções em escala regional; busca de soluções compartilhadas com viabilidade técnica, econômica, política e institucionalmente viáveis; detalhamento da divisão das responsabilidades entre os municípios envolvidos; estímulo à redução da geração de resíduos; educação ambiental; programas de incentivo ao reuso dos materiais e à reciclagem; programa socioeducativo para os catadores.

d. Custo Estimado

US\$ 325.000,00 = R\$ 601.250,00

e. Produtos e Resultados

Plano de implantação e implementação do programa

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TRs já elaborados

- **Projeto Social para Crianças em Situação de Vulnerabilidade**

a. Objetivo

Possibilitar a ampliação do universo informacional, artístico e cultural das crianças e adolescentes, bem como estimular o desenvolvimento de potencialidades, habilidades, talento, de forma a elevar a autoestima do público-alvo.

b. Justificativa

A relação entre vulnerabilidade social, pobreza e violência, no Centro Histórico de Salvador, merece um cuidado analítico; não é simplesmente uma relação de causa e efeito, não é imediata. Nesse sentido, a precipitação na análise pode fortalecer o estigma e o sensacionalismo de dados e informações quantitativas que não expressam as cotidianidades das pessoas que habitam o Centro. Estamos certos que há uma relação entre vulnerabilidade, pobreza e violência, mas ela não existe

isoladamente, e, em nenhum momento, as situações referenciadas podem ser consideradas como sinônimas.

A pobreza no Centro Histórico e suas variáveis correlatas, como a falta de perspectivas da "legião de sobranes do mercado de trabalho", somando-se aos crescentes circuitos da ilegalidade que se conectam aos da expansiva economia informal do tráfico, marginalizam ao ponto que frustrar esses moradores, tornando alguns deles vulnerabilizados e atraídos pela transgressão rentável do tráfico, em suas múltiplas faces, incluídos quando não atores da performance do crime e da violência, como legitimadores de ações ilícitas que se tornam preenchedoras da ausência de um Estado de Direito não efetivo, contribuindo para o estabelecimento de uma cultura de violência e de crime, como um ethos social contemporâneo que nos remete à necessidade de uma compreensão do conceito de pobreza em suas interfaces com exclusão social, violência e estado de exceção.

Diante dessa realidade, deseja-se assegurar a proteção social básica de crianças e adolescentes, por meio do desenvolvimento de atividades que estimulem a convivência social, a participação cidadã, favorecendo o desenvolvimento integral e social através de atividades culturais, recreativas e esportivas, garantindo-lhes os direitos estabelecidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente.

c. Descrição da ação

Levantamento, diagnóstico e identificação da população beneficiária, elaboração do plano de ação para o projeto social e sua implementação.

d. Custo Estimado

US\$ 1.000.000,00 = R\$ 1.850.000,00

e. Produtos e Resultados

Elaboração e implementação do plano de ação do projeto social

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR a elaborar

• Implantação das Recomendações da Avaliação Ambiental com Educação Socioambiental, apresentação de mecanismos de gestão e das medidas mitigadoras durante a execução do Projeto

a. Objetivo

Propor alternativas sustentáveis, planejando e implementando ações de mitigação dos impactos ambientais visando à melhoria do processo de gestão ambiental e disseminando melhores práticas de educação socioambiental para a população local e visitantes da Baía de Todos-os-Santos.

b. Justificativa

Desde o início do Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia – Prodetur, o Estado vem buscando a sua implementação, incorporando os princípios da sustentabilidade que preconizam a proteção ambiental, o desenvolvimento social e a sustentabilidade econômica. No que se refere aos aspectos socioambientais, acredita-se que o estabelecimento dessas políticas integradas ao turismo são de fundamental importância, uma vez que os patrimônios natural e cultural são os principais elementos atrativos de uma região.

Frente à política de salvaguardas e de proteção do meio ambiente estabelecidos pelo BID, esta ação vem propor alternativas sustentáveis, planejando e implementando ações de mitigação dos impactos ambientais, propondo a melhoria do processo de gestão ambiental e elaborando um programa de educação socioambiental para a população local e visitantes da Baía de Todos-os-Santos.

c. Descrição da ação

A proposta engloba ações de educação socioambiental, com a sensibilização dos temas de salvaguardas de grupos ambientais, grupos turísticos, da cadeia produtiva e prefeituras municipais; criação de mecanismos de gestão como a fiscalização e

coordenação das obras, além de estudos de impactos, plano de gestão das obras, aplicação de medidas mitigadoras durante a execução do Programa.

d. Custo Estimado

US\$ 2.400.000,00 = R\$ 4.440.000,00

e. Produtos e Resultados

Plano Estratégico, Plano Operacional e implantação do programa

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ação global

h. Situação – TR já elaborado

• **Estudos de Impacto Ambiental**

a. Objetivo

Recolher informações específicas, exigidas pelos órgãos ambientais para a concessão de licenças, nas áreas previstas para requalificação de atracadouros, terminais hidroviários e estações náuticas, dentre outros.

b. Justificativa

O estudo se justifica pela necessidade de licenciamento ambiental, mesmo nas localidades onde já existem esses tipos de equipamentos, cujas intervenções de requalificação estão previstas neste Plano de Ação.

c. Descrição da ação

Realização do estudo que deve contemplar: 1 – Diagnóstico ambiental contendo informações qualitativas e quantitativas relacionadas aos recursos ambientais existentes, de modo a caracterizar a situação ambiental da área de influência do empreendimento ou atividade, considerando os aspectos do meio físico, biológico e socioeconômico e análise da fauna e flora marinha da área de influência direta do empreendimento. 2 – Plano/Relatório de controle ambiental (PCA), contendo descrição detalhada das atividades relativas à implantação e operação, levantamentos e/ou estudos que permitam avaliar os efeitos do empreendimento sobre o meio ambiente, com proposição das medidas mitigadoras compensatórias e de controle ambiental, abrangendo os seguintes aspectos: a) vegetação; b) fauna e flora marinha; e c) contaminantes pré-existentes. 3 – Anuência emitida pela Capitania dos Portos; 4 – Cessão de uso do espelho d'água, emitida pela SPU; 5 – PGRS, onde seja quantificada a geração de resíduos sólidos das obras de reforma e ampliação do empreendimento.

d. Custo Estimado

US\$ 835.000,00 = R\$ 1.544.750,00

e. Produtos e Resultados

f. Nível de Prioridade - A

g. Nível de Abrangência – Ações agrupadas

h. Situação – Iniciada (processo licitatório em curso)

REFERÊNCIAS

BAHIA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - Salvador e Entorno**. Salvador: Secretaria de Turismo, 2002.

BAHIA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Plano Estratégico de Turismo Náutico na Baía de Todos-os-Santos**. Salvador: Secretaria de Turismo, 2009.

BAHIA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Estratégia Turística da Bahia – O Terceiro Salto 2007/2016**. Salvador: Secretaria de Turismo, 2010.

BAHIA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Programa para a Integração da Cultura e Turismo**. Salvador: Secretaria de Turismo, 2007.

BAHIA, Instituto do Meio Ambiente. **Avaliação Ambiental Estratégica dos Programas Prioritários de Desenvolvimento na Baía de Todos-os-Santos**. Salvador: Instituto do Meio Ambiente, 2010.

BERTRAND, G. **Paisagem e Geografia Física Global**: esboço metodológico. São Paulo: Instituto de Geografia da USP, 1972.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Náutico**: Orientações Básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CIFUENTES, Miguel. **Determinación de Capacidad de Carga Turística em Áreas Protegidas**. Turrialba, C.R.: CATIR. Programa de Manejo Integrado e Recursos Naturales, 1992.

KOVAČIĆ, Mirjana; DUNDOVIĆ, Čedomir. **Criteria for selecting a location for a port of Nautical Tourism**. Pomorstvo: God, 23, br.1, 2009, p. 41-65.

RUSCHMANN, Doris von de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

TRICART, J.J.L. **A Geomorfologia nos estudos integrados de ordenação do meio natural**. Boletim Geográfico. Rio de Janeiro: IBGE, out/dez/1976, p.15-42.

SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. SP: Editora Universidade de São Paulo, 2007

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico Emissivo e Receptivo**: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados, São Paulo: Pioneira, 1999.

ANEXOS

ANEXO 1

TABELA 126

MATRIZ DE INVESTIMENTOS POR PRIORIDADE, MUNICÍPIO e COMPONENTE COMPONENTE / AÇÃO/PRIORIDADE

Componente/Projetos/Ações	Valor do Investimento (Estimativa em R\$)	Valor do Investimento (Estimativa em US\$)	Prioridade
1. ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO	904.566.650,00	519.507.609,69	
1.1. Pesquisas e Estudos Econômicos	900.000,00	516.884,91	
1.1.1 Pesquisa sobre a Produção Associada ao Turismo	290.000,00	166.551,80	A
1.1.2. Pesquisa de Demanda de Turismo Náutico na BTS	310.000,00	178.038,13	A
1.1.3. Estudo para Requalificação Náutica da Orla de Salvador	300.000,00	172.294,97	A
1.2. Desenvolvimento do Turismo Náutico na BTS	6.200.000,00	3.560.762,69	
1.2.1. Implantação de Unidade de Apoio ao Turista	1.800.000,00	1.033.769,81	A
1.2.2. Implantação do Serviço de Atendimento ao Consumidor Náutico - SAC Náutico	100.000,00	57.431,66	A
1.2.3. Implantação de Infraestrutura de Apoio ao Turismo Náutico	4.000.000,00	2.297.266,25	A
1.2.4. Instalação de Balizamentos	300.000,00	172.294,97	A
1.3. Recuperação de Patrimônio Histórico	421.500.000,00	242.074.431,43	
1.3.1. Recuperação da Igreja Nossa Senhora da Conceição da Praia	8.000.000,00	4.594.532,51	A
1.3.2. Recuperação do Convento de Santo Antonio do Paraguassú - Cachoeira	3.000.000,00	1.722.949,69	A
1.3.3. Recuperação do Quartel do 1º Grupamento de Bombeiros Militares de Salvador	5.000.000,00	2.871.582,82	B
1.3.4. Recuperação do Forte de São Paulo da Gamboa - Salvador	5.000.000,00	2.871.582,82	A
1.3.5. Requalificação dos Largos do Pelourinho -	4.000.000,00	2.297.266,25	B

Salvador			
1.3.6. Urbanização da Orla de São Félix	2.500.000,00	1.435.791,41	A
1.3.7. Consolidação das Ruínas da Capela de São Brás - Santo Amaro	2.000.000,00	1.148.633,13	B
1.3.8. Recuperação do Mosteiro de São Bento das Lajes - São Francisco do Conde	2.000.000,00	1.148.633,13	A
1.3.9. Requalificação Urbana da Avenida 7 de Setembro - Salvador	44.000.000,00	25.269.928,78	B
1.3.10. Implantação da Via de Acesso ao Museu de Arte Sacra	4.800.000,00	2.756.719,50	B
1.3.11. Requalificação Urbana da Praça Visconde de Cairu	160.000.000,00	91.890.650,13	B
1.3.12. Implantação dos Estacionamentos da Barroquinha I - Salvador	8.500.000,00	4.881.690,79	B
1.3.13. Requalificação do Terminal e Implantação do Estacionamento da Barroquinha II - Salvador	9.200.000,00	5.283.712,38	B
1.3.14. Implantação do Estacionamento da Ladeira da Montanha/Praça Castro Alves - Salvador	42.000.000,00	24.121.295,66	B
1.3.15. Implantação do Estacionamento dos Barris e Via Inclusiva - Salvador	13.500.000,00	7.753.273,60	B
1.3.16. Requalificação Urbana da Rua Chile - Salvador	14.000.000,00	8.040.431,89	A
1.3.17. Recuperação de Casarões do Centro Antigo de Salvador	40.000.000,00	22.972.662,53	B
1.3.18. Recuperação e Restauração do Convento do São Francisco - Cachoeira	38.000.000,00	21.824.029,41	A
1.3.19. Recuperação, Restauração e Construção de Atracadouro no Museu Wanderlei de Pinho - Candeias	16.000.000,00	9.189.065,01	A
1.4. Valorização e Gestão de Atrativos Turísticos e Criação de Novos Produtos	407.100.000,00	233.804.272,92	
1.4.1. Requalificação Turística da Praça Castro Alves - Arena de Espetáculos	25.000.000,00	14.357.914,08	A
1.4.2. Requalificação de Espaços Culturais no Centro Antigo de Salvador	56.700.000,00	32.563.749,14	B

1.4.3. Requalificação Ambiental, Paisagística e Funcional da Orla Atlântica de Salvador	325.000.000,00	186.652.883,07	A
1.4.4. Interpretação, Classificação e Registro do Patrimônio Tangível e Intangível	400.000,00	229.726,63	A
1.5. Capacitação e Qualificação Profissional e Empresarial na BTS	5.714.100,00	3.281.702,27	
1.5.1. Turismo Náutico - Profissional	1.000.000,00	574.316,56	A
1.5.2. Turismo Religioso - Profissional	714.100,00	410.119,46	A
1.5.3. Turismo de Base Comunitária - Profissional	1.000.000,00	574.316,56	A
1.5.4. Qualificação e Capacitação Empresarial	3.000.000,00	1.722.949,69	A
1.6. Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais - APL	2.378.000,00	1.365.724,79	
1.6.1. Projeto de Pesquisa da Estrutura de Consumo dos Equipamentos Turísticos e da Produção Local	278.000,00	159.660,00	A
1.6.2. Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais - APL	1.100.000,00	631.748,22	A
1.6.3. Implantação de Equipamentos para o Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Turismo	1.000.000,00	574.316,56	A
1.7. Elaboração dos Estudos e Projetos para o Oceanário de Salvador	3.038.100,00	1.744.831,15	A
1.8. Implantação da Via do Mar	14.000.000,00	8.040.431,89	A
1.9. Implantação da Via Náutica	2.000.000,00	1.148.633,13	A
1.10. Sinalização Turística Terrestre da BTS	1.750.000,00	1.005.053,99	A
1.11. Sinalização Turística Marítima da BTS	1.750.000,00	1.005.053,99	A
1.12. Implantação do Trem Turístico-Cultural Linha Santo Amaro-Cachoeira	1.750.000,00	1.005.053,99	A
1.13. Implantação do Centro de Pesquisa e Referência em Arqueologia e Etnografia do Mar	1.986.450,00	1.140.851,14	A
1.14. Implantação do Projeto Turístico da Feira de São	25.000.000,00	14.357.914,08	A

Joaquim			
1.15. Implantação do Centro de Referência da Cultura Baiana - Cachoeira	9.500.000,00	5.456.007,35	A
2. ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	25.300.000,00	14.530.209,05	
2.1. Promoção dos Segmentos de Turismo Cultural e Náutico na BTS	17.300.000,00	9.935.676,54	
2.1.1. Elaboração e Implantação do Plano de Comunicação e Marketing	10.000.000,00	5.743.165,63	A
2.1.2. Estratégia de Marca e Portfólio de Produtos Turísticos da BTS	200.000,00	114.863,31	A
2.1.3. Criação de Roteiros Turísticos na BTS	200.000,00	114.863,31	A
2.1.4. Criação e Implantação de Roteiros Especiais para o Centro Antigo de Salvador	1.800.000,00	1.033.769,81	A
2.1.5. Elaboração e Implantação da Rota Cicloturística na Área de Borda da BTS	3.000.000,00	1.722.949,69	B
2.1.6. Promoção do Centro Antigo de Salvador como Sítio Histórico-Cultural	2.100.000,00	1.206.064,78	A
2.2. Apoio e Patrocínio	8.000.000,00	4.594.532,51	
2.2.1. Apoio a Realização de Feiras e Salões Náuticos em Salvador	3.000.000,00	1.722.949,69	A
2.2.2. Apoio à Realização de Eventos Esportivos	5.000.000,00	2.871.582,82	A
3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	6.725.101,00	3.862.336,89	
3.1. Fortalecimento Institucional Setur/Bahiatursa	3.505.501,00	2.013.267,29	A
3.2. Implantação do Distrito Cultural e Turístico da BTS	1.869.600,00	1.073.742,25	A
3.3. Observatório de Turismo e Cultura	100.000,00	57.431,66	A
3.4. Definição e Implantação de Modelo de Governança para Turismo Náutico na BTS	500.000,00	287.158,28	A
3.5. Elaboração de Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico e Cultural da BTS	500.000,00	287.158,28	A
3.6. Cadastramento e Fiscalização dos Equipamentos e Serviços Turísticos	250.000,00	143.579,14	B

3.6.1. Implantação do Sistema de Classificação dos Veículos de Turismo	50.000,00	28.715,83	A
3.6.2. Implantação do Sistema de Cadastramento dos Condutores de Visitantes	50.000,00	28.715,83	A
3.6.3. Fiscalização da Lei Estadual de Turismo	50.000,00	28.715,83	A
3.6.4. Sistema de Fiscalização e Acompanhamento da Atividade Turística	50.000,00	28.715,83	A
3.6.5. Fiscalização Preventiva ou Controle de Qualidade para os Serviços Turísticos	50.000,00	28.715,83	A
4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS	460.111.841,00	264.249.851,25	
4.1. Melhorias em Terminais Hidroviários	4.000.000,00	2.297.266,25	A
4.2. Melhorias em Atracadouro	8.000.000,00	4.594.532,51	A
4.3. Revitalização dos Terminais Náuticos e das Marinas de Salvador e Itaparica	8.000.000,00	4.594.532,51	A
4.4. Construção de Atracadouros	4.000.000,00	2.297.266,25	
4.4.1. Cações - Salinas da Margarida	2.000.000,00	1.148.633,13	A
4.4.2. Itamoabo - Ilha de Maré	2.000.000,00	1.148.633,13	A
4.5. Elaboração e Implantação do Projeto da Via de Contorno da BTS	58.111.841,00	33.374.592,81	A
4.6. Recuperação da Conexão da Cidade Alta-Cidade Baixa em Salvador	36.000.000,00	20.675.396,28	
4.6.1. Recuperação do Plano Inclinado do Pilar (Santo Antonio) e Implantação de Estacionamento no Comércio - Salvador	6.000.000,00	3.445.899,38	B
4.6.2. Implantação de Elevador MAM/Aflitos com Implantação de Estacionamento nos Aflitos	12.000.000,00	6.891.798,76	B
4.6.3. Recuperação Paisagística da Encosta do Frontispício de Salvador	10.000.000,00	5.743.165,63	B
4.6.4. Reforma Urbana das Vias de Conexão	8.000.000,00	4.594.532,51	B
4.7. Revitalização do Bairro do Comércio de Salvador	66.000.000,00	37.904.893,18	
4.7.1. Reforma do Porto de Salvador com Implantação do Terminal de Cruzeiros	36.000.000,00	20.675.396,28	B

Marítimos e de Receptivo Turístico			
4.7.2. Adequação do Espaço da Avenida Jequitaia para Atividades Diversas	5.000.000,00	2.871.582,82	B
4.7.3. Recuperação dos Fortes Marítimos São Marcelo e Lagartixa - Salvador	25.000.000,00	14.357.914,08	B
4.8. Reforma do Terminal de Passageiros de Ferry Boat de Bom Despacho - Itaparica	2.500.000,00	1.435.791,41	
4.9. Melhorias na Segurança Pública	9.500.000,00	5.456.007,35	
4.9.1. Criação da Guarda do Mar	9.000.000,00	5.168.849,07	A
4.9.2. Implantação de Chip Eletrônico em Embarcações	250.000,00	143.579,14	A
4.9.3. Formação de Brigadas de Combate a Incêndio e Outras Emergências no Centro Antigo de Salvador	250.000,00	143.579,14	A
4.10. Melhorias dos Acessos Terrestres	4.000.000,00	2.297.266,25	B
4.11. Elaboração e Implantação do Projeto dos Sistemas Ciclovitários para o Polo BTS	18.000.000,00	10.337.698,14	B
4.12. Elaboração e Implantação de Projetos Urbanísticos de Requalificação das Orlas da Ilha de Itaparica	45.000.000,00	25.844.245,35	B
4.13. Elaboração e Implantação de Projetos Urbanísticos e Ambientais em Simões Filho, Candeias, São Francisco do Conde, Saubara, Maragogipe e Salinas da Margarida	36.000.000,00	20.675.396,28	A
4.14. Projeto Espaço Turístico da Península de Itapagipe	74.000.000,00	42.499.425,68	B
4.14.1. Criação e Implantação de Parque Urbano	15.000.000,00	8.614.748,45	B
4.14.2. Criação de Quarteirão Cultural na Ponta da Penha	15.000.000,00	8.614.748,45	B
4.14.3. Requalificação da Circulação Viária e Não Motorizada da Península Itapagipana	30.000.000,00	17.229.496,90	B
4.14.4. Extensão das Intervenções de Requalificação da Orla da Ribeira - Salvador	10.000.000,00	5.743.165,63	A

4.14.5. Incremento da Integração Náutica com Plataforma para Área Turística do Subúrbio Ferroviário - Salvador	4.000.000,00	2.297.266,25	B
4.15. Espaço Turístico Conexão Avenida Suburbana - Salvador	87.000.000,00	49.965.541,01	B
5. GESTÃO AMBIENTAL	55.434.800,00	31.837.123,82	
5.1. Avaliação Ambiental Estratégica na BTS	420.660,00	241.592,01	A
5.2. Educação Ambiental na BTS	514.140,00	295.279,12	A
5.3. Gestão Ambiental do Centro Antigo de Salvador	500.000,00	287.158,28	A
5.4. Projeto Urbano-Ambiental para o Parque de Pituaçu	2.000.000,00	1.148.633,13	B
5.5. Recuperação Urbano-Ambiental do Bairro do Rio Vermelho	32.000.000,00	18.378.130,03	B
5.6. Recuperação Urbano-Ambiental do Bairro da Barra	20.000.000,00	11.486.331,27	B
TOTAL GERAL	1.452.138.392,00	833.987.130,71	
TOTAL PRIORIDADE A	673.438.392,00	386.766.822,92	
TOTAL PRIORIDADE B	776.200.000,00	445.784.516,44	

ANEXO 2

TABELA 127

MATRIZ DE INVESTIMENTOS POR PRIORIDADE, COMPONENTE e MUNICÍPIO

PRIORIDADE / COMPONENTE / MUNICÍPIO / AÇÃO	Julho.2012 Câmbio US\$1,00 = R\$1,85	
	VALOR R\$	VALOR US\$
A		
1. ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO	76.035.000	140.664.750
Ação Global	26.720.000	49.432.000
Balizamento da BTS	1.600.000	2.960.000
Estudo de identificação dos fatores e causas que contribuem para a informalidade empresarial no setor turístico e desenho da estratégia para incentivos e formalização	900.000	1.665.000
Sinalização Turística e Interpretativa na BTS	1.400.000	2.590.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - Qualificação Profissional e Empresarial	1.000.000	1.850.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - Estudos	500.000	925.000
Qualificação Profissional e Empresarial para o turismo náutico na BTS	1.100.000	2.035.000
Projeto Integrado de Intervenção Náutica - estudos	2.000.000	3.700.000
Projeto Integrado de Intervenção Náutica - 04 bases náuticas na BTS	15.500.000	28.675.000
Levantamento de áreas públicas destinadas a investimentos privados para instalação de hotéis, bases de charter, marinas e estações náuticas na Baía de Todos-os-Santos	220.000	407.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - Implantação	2.500.000	4.625.000
Cachoeira	10.000.000	18.500.000
Implantação de rede de equipamentos náuticos	5.000.000	9.250.000
Centro de Documentação e Memória da Cultura Negra da Baía de Todos-os-Santos	5.000.000	9.250.000
Candeias	8.600.000	15.910.000
Recuperação do Museu Wanderlei Pinho - Candeias	8.600.000	15.910.000
Salvador	29.365.000	54.325.250
Implantação da Via de Acesso ao Museu de Arte Sacra - Salvador	2.500.000	4.625.000
Implantação do Serviço de Atendimento ao Consumidor Náutico - SAC Náutico - Salvador	65.000	120.250
Melhoria e reforma do terminal náutico de Salvador (Antigo Cais da Bahiana)	1.350.000	2.497.500
Oceanário de Salvador - elaboração de estudos e projetos	1.700.000	3.145.000
Recuperação do Quartel do 1º Grupamento de		5.087.500

Bombeiros Militares de Salvador	2.750.000	
Requalificação Turística da Praça Castro Alves - Arena de Espetáculos - Salvador	13.500.000	24.975.000
Requalificação Urbana da Rua Chile - Salvador	7.500.000	13.875.000
São Félix	1.350.000	2.497.500
Urbanização da Orla de São Félix	1.350.000	2.497.500
2. ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	10.350.000	19.147.500
Ação Global	10.350.000	19.147.500
Implantação do plano de comunicação e marketing e do sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção	8.350.000	15.447.500
Distrito Cultural e Turístico da Baía de Todos-os-Santos - Apoio à realização de feiras e salões náuticos em Salvador e captação de eventos desportivos náuticos	1.000.000	1.850.000
Elaboração de Plano de Comunicação e Marketing com foco especial na BTS e na estratégia de e-marketing do Estado + desenho do sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção	1.000.000	1.850.000
3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	8.215.000	15.197.750
Ação Global	8.215.000	15.197.750
Fortalecimento Institucional Setur/Bahiatursa	1.720.000	3.182.000
Pesquisa de turismo receptivo do Estado da Bahia	2.780.000	5.143.000
Pesquisa sobre Produção Associada ao Turismo	150.000	277.500
Fortalecimento da gestão turística municipal	1.065.000	1.970.250
Estruturação do Sistema Estadual de Estatística Turística	2.500.000	4.625.000
4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS	7.315.000	13.533.000
Ação Global	7.065.000	13.070.500
Implantação de Chip Eletrônico em Embarcações	135.000	250.000
Implantação da Polícia Turística e das Brigadas de Combate à Incêndio	4.530.000	8.380.500
Projeto de Intervenção Náutica Integrada - Saneamento para 04 bases náuticas	400.000	740.000
Gestão integrada de resíduos sólidos	2.000.000	3.700.000
Cachoeira	250.000	462.500
Construção da Sede da Brigada de Incêndio de Cachoeira (Cidade Patrimônio Cultural)	250.000	462.500
5. GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	6.680.000	12.358.000
Ação Global	6.680.000	12.358.000
Programa regional para inclusão socioproductiva de catadores e catadoras de materiais recicláveis dos empreendimentos econômicos solidários formais ou informais da BTS	325.000	601.250
Fortalecimento da Produção Associada ao Turismo	2.120.000	3.922.000
Estudos de Impacto Ambiental	835.000	1.544.750

Implantação das recomendações da avaliação ambiental com educação socioambiental, apresentação de mecanismos de gestão e das medidas mitigadoras durante a execução do Projeto	2.400.000	4.440.000
Projeto Social para Crianças em Situação de Vulnerabilidade	1.000.000	1.850.000
A Soma	108.595.000	200.901.000
B		
1. ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO	22.613.514	41.835.000
Ação Global	2.600.000	4.810.000
Implantação do Trem Turístico-Cultural	950.000	1.757.500
Elaboração e implantação da rota cicloturística na área de borda da BTS	1.650.000	3.052.500
Salvador	13.513.514	25.000.000
Implantação do Projeto Turístico da Feira de São Joaquim - Salvador	13.513.514	25.000.000
São Francisco do Conde	6.500.000	12.025.000
Consolidação das ruínas e reconstrução do Mosteiro de São Bento das Lajes (1ª Escola Agrícola da América Latina) - São Francisco do Conde	6.500.000	12.025.000
4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS	2.200.000	4.070.000
Ação Global	2.200.000	4.070.000
Melhorias dos Acessos Terrestres	2.200.000	4.070.000
B Soma	24.813.514	45.905.000
Total Geral	133.408.514	246.806.000

ANEXO 3

TABELA 128

MATRIZ DE CONTRATO PRODETUR NACIONAL BAHIA POR COMPONENTE, MUNICÍPIO E AÇÃO

COMPONENTE / MUNICÍPIO / AÇÃO	VALOR R\$	Jul.2012
		Câmbio US\$1,00 = R\$1,85
VALOR US\$		
1. ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO	55.365.000	102.425.250
Ação Global	26.500.000	49.025.000
Balizamento da BTS	1.600.000	2.960.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - estudos	500.000	925.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - implantação	2.500.000	4.625.000
Distrito Cultural e Turístico da BTS - qualificação profissional e empresarial	1.000.000	1.850.000
Estudo de identificação dos fatores e causas que contribuem para a informalidade empresarial no setor turístico e desenho da estratégia para incentivos e formalização	900.000	1.665.000
Projeto Integrado de Intervenção Náutica - 04 bases náuticas na BTS	15.500.000	28.675.000
Projeto Integrado de Intervenção Náutica - estudos	2.000.000	3.700.000
Qualificação profissional e empresarial para o turismo náutico na BTS	1.100.000	2.035.000
Sinalização turística e interpretativa na BTS	1.400.000	2.590.000
Cachoeira	10.000.000	18.500.000
Implantação de rede de equipamentos náuticos	5.000.000	9.250.000
Centro de documentação e memória da cultura negra da BTS	5.000.000	9.250.000
Candeias	8.600.000	15.910.000
Recuperação do Museu Wanderlei Pinho - Candeias	8.600.000	15.910.000
Salvador	8.915.000	16.492.750
Implantação do Serviço de Atendimento ao Consumidor Náutico - SAC Náutico - Salvador	65.000	120.250
Melhoria e reforma do terminal náutico de Salvador (Antigo Cais da Bahiana)	1.350.000	2.497.500
Requalificação urbana da Rua Chile - Salvador	7.500.000	13.875.000
São Félix	1.350.000	2.497.500
Urbanização da orla de São Félix	1.350.000	2.497.500
2. ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	10.350.000	19.147.500
Ação Global	10.350.000	19.147.500
Elaboração de plano de comunicação e marketing com foco especial na BTS e na estratégia de e-marketing do Estado + desenho do sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção	1.000.000	1.850.000

Implantação do plano de comunicação e marketing e do sistema de monitoramento e avaliação de canais de promoção	8.350.000	15.447.500
Distrito Cultural e Turístico da BTS - Apoio à realização de feiras e salões náuticos em Salvador e captação de eventos desportivos náuticos	1.000.000	1.850.000
3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	5.285.000	9.777.250
Ação Global	5.285.000	9.777.250
Estruturação do sistema estadual de estatística turística	2.500.000	4.625.000
Fortalecimento da gestão turística municipal	1.065.000	1.970.250
Fortalecimento institucional Setur/Bahiatursa	1.720.000	3.182.000
4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS	2.400.000	4.440.000
Ação Global	2.400.000	4.440.000
Gestão integrada de resíduos sólidos	2.000.000	3.700.000
Projeto de Intervenção Náutica Integrada - saneamento para 04 bases náuticas	400.000	740.000
5. GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	6.680.000	12.358.000
Ação Global	6.680.000	12.358.000
Estudos de impacto ambiental	835.000	1.544.750
Fortalecimento da produção associada ao turismo	2.120.000	3.922.000
Implantação das recomendações da avaliação ambiental com educação socioambiental, apresentação de mecanismos de gestão e das medidas mitigadoras durante a execução do projeto	2.400.000	4.440.000
Programa regional para inclusão socioproductiva de catadores e catadoras de materiais recicláveis dos empreendimentos economicos solidarios formais ou informais da BTS	325.000	601.250
Projeto social para crianças em situação de vulnerabilidade	1.000.000	1.850.000
6. ADMINISTRAÇÃO E SUPERVISÃO	4.624.841	8.555.956
Ação Global	4.624.841	8.555.956
Apoio ao gerenciamento do programa	2.500.000	4.625.000
Fiscalização e supervisão de obras	1.000.000	1.850.000
Pesquisa para monitoramento e avaliação dos impactos socioeconomicos do Prodetur Nacional Bahia - linha de base e final	600.000	1.110.000
Imprevistos	524.841	970.956
Total Geral	84.704.841	156.703.956