ATIVIDADE TURÍSTICA EM SALVADOR NO PERÍODO 1984-1993

Jorge Antonio Santos Silva¹

RESUMO: Análise do comportamento da atividade turística em Salvador, através de alguns indicadores básicos de desempenho, no período de 1984 a 1993, a fim de situar a realidade do mercado, permitindo a visualização de sua interface com o arcabouço teórico desenvolvido pelo corpo acadêmico dedicado ao turismo.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; análise de desempenho; Salvador; Bahia; Brasil.

ABSTRACT: This paper analyses the development of the tourism activity in Salvador (Brasil) between 1984/1993 through of the some basic performance indicators. It allowed to see the interface with basis of the theorie development by the academic professors and researchers of this city.

KEY WORDS: Tourism; performance; Salvador; Bahia; Brasil.

1 INTRODUÇÃO

O turismo constitui-se em uma atividade que tem contribuído positivamente, nos últimos anos, não só para o crescimento econômico de Salvador, como também para o seu desenvolvimento sociocultural. De um lado, a atividade turística caracteriza-se por possuir uma interdependência estrutural com as demais atividades que integram o sistema produtivo e econômico local; de outro, é marcada pela multidisciplinaridade requerida ao seu estudo mais amplo e completo.

¹ Bacharel em Administração de Empresas (EABA/FACS) e Mestre em Administração (UFBA). Professor do Curso de Especialização em Turismo da Faculdade de Turismo da Bahia. Gerente de Estudos Econômicos da BAHIAATURSA.
End. para corresp.: BAHIAATURSA - Ed. Sede do Centro de Convenções - Praia da Armação s/nº - 41.700 - Salvador - Bahia - Brasil.

Este estudo sobre o comportamento da atividade turística em Salvador, no período de 1984 a 1993, baseou-se em dados estatísticos da BAHIA TOURS A, considerando os seguintes indicadores básicos de desempenho: oferta hoteleira, fluxo global e receita turística, fluxo nos meios de hospedagem classificados, fluxo turístico internacional, movimentação de voos internacionais e turismo receptivo (perfil do turista nacional e internacional).

2 ANÁLISE DE DESEMPENHO

2.1 Oferta Turística: Meios de Hospedagem (MH's)

Em termos de rede hoteleira classificada, Salvador é uma cidade bem equipada, contando, em dezembro de 1993, com 5 hotéis de cinco estrelas, 8 de quatro (incluindo o Club Mediterranée), 16 de três, 8 de duas e 5 de uma estrela.

Essa oferta corresponde aproximadamente a 4 mil unidades habitacionais (UH's) e quase 8 mil leitos, além de dispor de 24 apart-hotéis em funcionamento (e mais 13 em construção) com mais mil UH's disponíveis para hospedagem. Consistiu-se, assim, no primeiro parque hoteleiro da região Nordeste e no terceiro do país, em ordem de importância. Incorporando-se a capacidade desses apart-hotéis e a dos MH's não-classificados do entorno metropolitano (até o litoral Norte próximo), esta oferta se eleva para cerca de 10 mil UH's e 21 mil leitos.

2.2 Fluxo Turístico e Receita Turística

O fluxo turístico é um conceito representativo de grupos de pessoas que se deslocam de um ponto a outro fazendo turismo. Este deslocamento ocorre por diferentes motivos e interesses: conhecer outros lugares e povos, adquirir cultura, descansar, participar de congressos, convenções, competições esportivas e eventos religiosos, negócios dentre outros. Assim entendido, o conceito adota a compreensão do turismo em seu *lato sensu*, o que determina o perfil das políticas de atuação empresarial privada e de gestão governamental, influenciando na dimensão da atividade turística.

A composição e a evolução do fluxo turístico global, no período de 1984 a 1993, no que se refere ao número de turistas em Salvador, aumentou cerca de 10%, a uma taxa cumulativa anual de 1%. A partir de 1986, observou-se um declínio acentuado no fluxo turístico. Em 1987, registrou-se uma queda de 9% em relação a 1986; e, em 1988, notou-se a queda de 12% em comparação a 1987. Em 1990 observou-se uma queda sensível de 17% em relação a 1989 e ocorreu

um incremento de 9% em 1991, em comparação a 1990. Após uma oscilação, registrou-se, em 1993, um desempenho positivo de 20% com relação a 1992, representando o quarto melhor resultado da década analisada, que registra um fluxo médio em torno de 1,1 milhão de turistas ao ano.

Entre 1984 e 1993, a receita turística total cresceu cerca de 40% a uma taxa próxima de 4% ao ano. Nesses dez anos, a receita turística apresentou tendência de comportamento similar à observada pelo fluxo turístico, aumentando 16% em 1993 com relação a de 1992, marcando o melhor desempenho da década e registrando a receita média de US\$ 212,3 milhões ao ano.

2.3 Fluxo nos MH's Classificados

No período de 1984 a 1993, observou-se um incremento de 10% no número de hóspedes, a uma taxa de crescimento anual de 1,1%. O índice de hospedagem apresentou tendência crescente, atingindo o ponto máximo em 1986, ano do Plano Cruzado, que proporcionou a expansão real da massa salarial no país.

O comportamento do fluxo de hóspedes, nos dez anos analisados, é semelhante ao verificado para o fluxo turístico global. Em 1993, observou-se o crescimento de 9% com relação a 1992, registrando-se no período a média de 311 mil hóspedes ao ano, nos MH's classificados.

2.4 Fluxo Internacional

O crescimento do fluxo turístico (global e classificado), verificado na década em análise, pode parecer tímido, mas revestiu-se de elevada importância, pois encerra o sucesso de uma importante âncora de sustentação: o fluxo dos mercados internacionais emissores para Salvador.

Essa âncora permitiu, notadamente nos últimos três anos, minimizar o efeito da crise social e do cenário recessivo da economia brasileira, que tem provocado a redução no número de brasileiros com renda disponível para viagens e lazer, afetando o turismo doméstico e puxando para baixo o fluxo turístico global (nacional e estrangeiro).

No fluxo global, observou-se o substancial incremento no número de visitantes estrangeiros em Salvador. O número de turistas internacionais evoluiu, no período de 1984 a 1993, cerca de 80%, com uma taxa de crescimento de 6,8% ao ano, para a média de 107 mil turistas/ano; e, desde 1990, registraram-se acréscimos sucessivos - cresceu 18% em 1993, com relação a 1992.

Já no fluxo classificado, o crescimento atingiu 86%, com uma taxa cumulativa anual de 7,1%, para a média em torno de 74 mil hóspedes estrangeiros ao ano. Registrou-se, também, a ocorrência de incrementos sucessivos desde 1990, crescendo 17% em 1993, com relação a 1992.

Vale destacar que no segmento classificado, nos dez anos em análise, o fluxo de hóspedes estrangeiros foi superior ao registrado no ano base (1984). Somente em 1990, é que esse fluxo foi inferior, sendo este o ano em que menos se investiu em promoção turística (US\$ 450 mil).

2.5 Movimentação de Vôos Internacionais

Outra importante âncora de sustentação do fluxo turístico, diretamente vinculada ao mercado internacional, é representada pela política de captação e intensificação do movimento de vôos internacionais, regulares e *charters*, que, priorizada a partir de maio de 1991, contribuiu de modo significativo para a reversão do quadro de deterioração e abandono em que se encontrava a atividade turística no final de 1990.

O êxito observado nessa política, reconduziu Salvador à condição de primeiro portão de entrada do turismo internacional do Nordeste. Como pode-se observar pelos dados da Tabela 1, antes de março de 1991, Salvador detinha 6 vôos internacionais, todos regulares. Em julho de 1991, o número de vôos

Tabela 1 – Vôos Internacionais Regulares e *Charters*
Salvador – Aeroporto 2 de Julho

PERÍODO	Nº de Vôos Semanais	Índice	Cidades		
			Emissoras	Receptoras	Interligadas
Antes mar/91	06	100,0	05 ^a	02	05
Em jul/91	26	433,3	10 ^b	07	10
Em jul/92	44 ^c	733,3	14 ^d	14	16
Em jul/93	77	1.283,3	16 ^e	14	17

a. Frankfurt, Paris, Milão, Roma, Miami.

b. Milão, Roma, Paris, Frankfurt, Miami, Montevideu, Buenos Aires, Barcelona, Madrid, Tenerife.

c. Inclui dois vôos quinzenais.

d. Orlando, Washington, New York, Miami, Madrid, Barcelona, Tenerife, Paris, Amsterdam, Frankfurt, Munique, Milão, Roma, Buenos Aires, Montevideu, Dusseldorf.

e. Orlando, Washington, New York, Miami, Madrid, Barcelona, Tenerife, Paris, Amsterdam, Frankfurt, Colônia, Milão, Roma, Buenos Aires, Rosário, Montevideu, Santiago do Chile.

internacionais (regulares e *charters*), aumentou para 26; em julho de 1992, para 44; e em julho de 1993, para 77. Esses números representam incrementos de +333,3%, +633,3% e +1.183,3%, respectivamente.

Tal esforço resultou na interligação de Salvador a cidades do porte de: Buenos Aires, Rosário, Montevideu, Santiago do Chile, Miami, Orlando, Washington, Nova Iorque, Frankfurt, Munique, Colônia, Roma, Milão, Madrid, Barcelona e Tenerife. Atualmente, mais quatro destinos internacionais estão interligados a Salvador por via aérea: Lisboa, Porto, Ilha do Sal e Moscou.

2.6 Turismo Receptivo: Perfil do Turista Nacional e Internacional

As tabelas 2 e 3 apresentam o perfil do turista internacional e nacional em visita a Salvador em 1984 e 1993, sintetizando os resultados das pesquisas de turismo receptivo realizadas em fevereiro, julho e novembro de 1984, e em janeiro, maio, julho e outubro de 1993.

Comparando as médias registradas em cada um desses anos, analisaram-se as modificações mais relevantes ocorridas no perfil do turista (nacional e internacional) em visita a Salvador em 1984 e em 1993, através das seguintes variáveis:

- sexo:** apesar do predomínio do sexo masculino nos dois anos pesquisados, observou-se o crescimento da participação feminina: de 29% para 38% no fluxo internacional, e de 34% para 37% no fluxo nacional;
- idade:** a média de idade, tanto dos turistas estrangeiros como dos nacionais, passou de 35 anos em 1984 para 37 em 1993;
- motivo:** no segmento internacional predominou o motivo “passeio”, com participação superior a 80% nos dois anos; e cresceu o peso do motivo “congresso/convenção”, que registrou participação próxima de 4% em 1993. Também no segmento nacional o motivo “passeio” foi predominante, porém sua participação caiu de 48% para 37%; o motivo “negócio” ficou em segundo lugar de importância, com participação estável de 32%. Em 1993, destacou-se o motivo “visita a parentes e amigos” com 18%, e o motivo “congresso/convenção” apareceu com 5%;
- fator decisório:** os atrativos naturais são primordiais para a decisão de visita no fluxo internacional e sua importância de participação cresceu de 38% para 64%. O patrimônio histórico-cultural deteve participação superior a 20%. Para o fluxo nacional, os atrativos naturais também representaram o principal papel decisório, sendo que a participação cresceu de 47% para 66%, enquanto o peso do fator “manifestações populares” e do fator “patrimônio histórico-cultural” caíram de 10% para 5%, e de 20% para 15%, respectivamente;
- influência:** para o segmento internacional, o meio de influência de maior peso foi “comentário de amigos e parentes”, que evoluiu de 52% para 56%. A

Tabela 2 – Comparativo da Síntese do Perfil do Turista Internacional em visita a Salvador em 1984 e 1993

ITENS	1984 (%)				1993 (%)				
	FEV	JUL	NOV	MÉDI	JAN	MAI	JUL	OUT	MÉDI
SEXO									
Masculino	71,8		70,0	70,9	64,1	63,6	61,8	59,9	62,4
Feminino	28,2		30,0	29,1	35,9	36,4	38,2	40,1	37,6
MOTIVO DA VIAGEM									
Passeio	95,1	78,1	78,9	84,0	95,0	68,6	81,8	79,0	81,1
Negócio	2,5	8,6	11,1	7,4	1,5	8,5	4,1	7,6	5,4
Congresso/Convenção	1,2	1,9	--	1,0	--	10,2	2,3	1,9	3,6
Visita Parentes/Amigos			10,0	(10,0)	2,9	10,2	7,7	7,0	7,0
Outro	1,2	11,4	--	6,3	0,6	2,5	4,1	4,5	2,9
FATOR DECISÓRIO DA VISITA									
Atrativos Naturais	17,5	38,0	57,6	37,7	80,2	61,7	54,0	58,1	63,5
Manifestações Populares	6,5	20,7	4,6	10,6	4,5	7,4	7,9	8,9	7,2
Patr. Hist./Cultural	11,0	40,2	25,7	25,6	11,0	25,9	28,0	25,8	22,7
Compras			1,5	(1,5)	0,4	--	--	1,6	0,5
Outro (ou + de um atrativo p/ 1984)	(65,0)	1,1	10,6	(5,9)	3,9	5,0	10,1	5,6	6,1
O QUE INFLUENCIOU A DECISÃO DA VISITA									
Comentário Parentes/Amigos	57,9	47,6	50,0	51,8	66,5	61,7	51,1	42,7	55,5
Agência de Viagem	12,9	4,9	8,6	8,8	17,0	19,8	10,0	37,1	21,0
MÍDIA	29,2	30,4	24,3	28,0	7,5	18,5	17,3	12,1	13,8
Jornal					18,7	6,7	12,5	26,7	16,1
Revista (e folheto p/1984)	19,0	24,4	17,1	20,2	30,7	6,7	58,3	40,0	33,9
Rádio (e TV p/1984)	10,2	6,0	7,2	7,8	10,6	--	4,2	--	3,7
Televisão					10,7	6,7	12,5	6,7	9,1
Folheto					24,0	--	12,5	26,6	15,8
Poster/Cartaz					5,3	13,3	--	--	4,7
Outros Mídia					--	66,6	--	--	16,7
Outro		17,1	17,1	(17,1)	9,0	--	21,6	8,1	9,7
MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO									
Ônibus	47,2	20,0	24,5	30,6	9,7	6,8	6,5	5,7	7,2
Automóvel	1,8	3,8	2,2	2,6	2,3	--	2,9	1,3	1,6
Avião	50,3	76,2	70,0	65,5	87,6	93,2	90,6	93,0	91,1
Outro	0,6	--	3,3	1,3	0,4	--	--	--	0,1
MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO									
Hotel	40,5	65,7	66,7	57,7	77,1	65,2	65,9	76,4	71,1
Apart-Hotel					4,1	9,3	4,1	5,1	5,7
Casa/Apto. Aluguel	2,5	--	--	0,8	5,6	3,4	0,6	0,6	2,9
Casa Própria	1,2	--	--	0,4	0,4	0,8	1,2	--	0,6
Pensão/Hospedaria	23,9	12,4	18,9	18,4	4,7	8,5	12,4	6,4	8,0
Casa Parentes/Amigos	26,4	20,9	10,0	19,1	5,6	11,9	12,3	10,2	10,0
Camping	3,7	--	1,1	1,6	0,4	--	--	--	0,1
Albergue					1,7	0,9	0,6	1,3	1,1
Outro	1,8	1,0	3,3	2,0	0,4	--	2,4	--	0,8
Permanência Média (Nº Dias/Pessoa)	10,7	5,4	6,4	7,5	7,2	7,6	9,6	6,2	6,0
Gasto Médio Individual Diário (US\$)	17,19	26,33	29,26	24,26	58,46	78,98	72,48	66,06	69,0
Gasto Médio Individual Diário (dos hospedados em Hotéis) (US\$)	32,17	40,76	43,51	38,81	66,11	136,94	114,73	108,02	106,45
TURISTA CUJA VISITA A SALVADOR									
Era a primeira vez		81,0	75,5	78,3	83,7	72,9	73,5	81,5	77,2
Não era a primeira vez		19,0	24,5	21,7	16,3	27,1	26,5	18,5	22,8
IDADE MÉDIA	31		39	35	33	35	38		37

Fonte: BAHIAUTURSA

Tabela 3 – Comparativo da Síntese do Perfil do Turista Nacional em visita a Salvador em 1984 e 1993

ITENS	1984 (%)				1993 (%)				
	FEV	JUL	NOV	MÉDI	JAN	MAI	JUL	OUT	MÉDI
SEXO									
Masculino	61,8		71,2	66,5	64,1	64,9	59,1	62,6	62,8
Feminino	38,2		28,8	33,5	35,9	35,1	40,6	37,4	37,2
MOTIVO DA VIAGEM									
Passeio	64,9	57,9	21,7	48,2	60,4	24,1	40,1	23,5	37,0
Negócio	22,9	28,2	45,9	32,3	18,0	42,5	26,1	40,8	31,8
Congresso/Convenção	2,0	2,3	7,5	3,9	1,1	11,3	3,8	2,4	4,6
Visita Parentes/Amigos			14,1	(14,1)	16,9	12,8	19,1	21,7	17,6
Outro	10,2	11,6	10,8	10,9	3,6	9,3	10,9	11,6	8,8
FATOR DECISÓRIO DA VISITA									
Atrativos Naturais	31,8	42,3	65,8	46,6	78,5	55,1	55,4	76,1	66,3
Manifestações Populares	6,6	17,5	5,1	9,7	6,4	6,4	3,3	4,5	5,1
Patr. Hist./Cultural	6,4	34,1	19,1	19,9	7,1	15,8	24,2	10,8	14,5
Compras		2,9	3,6	(3,3)	0,7	3,9	3,3	2,3	2,6
Outro (ou + de um atrativo p/ 1984)	(55,2)	3,2	6,4	(4,8)	7,3	18,8	13,8	6,3	11,5
O QUE INFLUENCIOU A DECISÃO DA VISITA									
Comentário Parentes/Amigos	88,4	68,7	68,4	75,2	76,5	67,1	62,7	71,0	69,3
Agência de Viagem	3,3	2,2	2,7	2,7	0,7	0,8	4,4	2,8	2,2
MÍDIA	8,3	8,0	13,8	10,0	9,6	32,0	15,1	12,5	17,3
Jornal					16,7	4,1	15,6	13,6	12,5
Revista (e folheto p/1984)	5,0	5,6	9,6	6,7	34,4	1,3	17,8	18,2	17,9
Rádio (e TV p/1984)	3,3	2,4	4,2	3,3	6,3	--	--	--	1,6
Televisão					35,4	13,3	62,2	45,5	39,1
Folheto					6,3	--	2,2	9,1	4,4
Poster/Cartaz					1,0	--	2,2	13,6	4,2
Outros Mídia					--	81,3	--	--	20,3
Outro		21,1	15,1	(18,1)	13,2	--	17,8	13,7	11,2
MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO									
Ônibus	55,5	49,5	49,1	51,4	28,9	35,8	31,7	35,8	33,0
Automóvel	17,1	22,6	21,5	20,4	40,3	23,8	27,9	36,0	32,0
Avião	27,0	27,4	28,8	27,7	30,6	40,1	40,1	27,9	34,7
Outro	0,4	0,5	0,6	0,5	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO									
Hotel	21,2	31,0	29,5	27,2	30,1	31,4	29,1	26,1	29,2
Apart-Hotel					3,2	3,0	3,6	3,3	3,3
Casa/Apto. Aluguel					1,9	0,8	1,6	1,2	1,5
Casa Própria					3,4	4,7	8,7	6,1	7,2
Pensão/Hospedaria					7,7	5,6	7,2	8,7	5,5
Casa Parentes/Amigos					60,9	52,2	47,6	53,6	49,9
Camping					1,7	1,9	0,6	1,4	0,4
Albergue									
Outro					1,0	0,4	0,1	0,4	0,5
Permanência Média (Nº Dias/Pessoa)	3,2	3,8	4,8	4,0	2,2	2,6	3,0	2,4	2,5
Gasto Médio Individual Diário (US\$)	10,9	7,8	9,1	9,3	7,8	10,1	9,8	8,9	9,1
Gasto Médio Individual Diário (dos hospedados em Hotéis) (US\$)	8,45	12,81	15,08	12,11	16,08	16,27	18,41	24,21	17,99
TURISTA CUJA VISITA A SALVADOR									
Era a primeira vez		27,6	17,6	22,6	28,2	14,6	23,0	24,3	22,5
Não era a primeira vez		72,4	82,4	77,4	71,8	85,4	77,0	75,7	77,5
IDADE MÉDIA	33		36	35	36	37	38	37	37

Fonte: BAHIAUTURSA

influência das agências de viagens cresceu de 9% para 21%, e a influência da “mídia”, caiu de 28% para 14%. Já o fluxo nacional foi influenciado principalmente pelo comentário de amigos e parentes, porém sua participação caiu de 75% para 69%, enquanto o peso da mídia cresceu de 10% para 17%;

- f) *transporte*: o meio de transporte predominante no fluxo internacional foi o avião, cuja participação cresceu de modo substancial, passando de 66% para 91%, enquanto a participação de ônibus caiu de 31% para 7%. No segmento nacional, verificou-se uma modificação acentuada quanto ao meio de transporte utilizado: a participação de ônibus caiu de 51% para 33%, enquanto a de automóveis e a de avião aumentou de 20% para 32%, e de 28% para 35%, respectivamente;
- g) *hospedagem*: o hotel teve a maior participação como meio de hospedagem no fluxo internacional, crescendo de 58% para 71%. A pensão (hospedaria) e casa de amigos e parentes registraram uma queda de 18% para 8%, e de 19% para 10%, respectivamente em 1984 e em 1993. Em 1993, apareceu o apart-hotel como meio de hospedagem, registrando a participação de 6%. No segmento nacional predominou a hospedagem em casa de amigos e parentes, porém sua participação caiu de 54% para 50%, enquanto o hotel passou de 27% para 29%; e, em 1993, o apart-hotel registrou 3% de participação;
- h) *permanência média*: a permanência no fluxo internacional e nacional conservou-se estável, em torno de 8 dias no segmento internacional, e 9 dias no nacional;
- i) *gasto diário*: o fluxo internacional apresentou significativo crescimento na variável “gasto médio individual” (GMDI), que passou de US\$ 24 para US\$ 69 para o total dos turistas estrangeiros, e de US\$ 39 para US\$ 109 para os que se hospedaram em hotéis. O GMDI para o total dos turistas nacionais cresceu de US\$ 12 para US\$ 18, e para os que se hospedaram em hotéis, de US\$ 34 para US\$ 55;
- j) *frequência de visita*: cerca de 80% dos turistas estrangeiros, nos dois anos analisados, visitaram Salvador pela primeira vez. Ao contrário, cerca de 78% dos turistas nacionais visitaram Salvador mais de uma vez, nos dois anos analisados.

3 CONCLUSÃO

Antes que antagônicas, as duas ênfases de análise do turismo - *atividade produtivo-econômica e atividade sociocultural* -, se complementam num sistema extremamente complexo e rico em conteúdos os mais diversificados, que desperta o interesse de variados segmentos da sociedade baiana - desde os

empresários privados e planejadores governamentais até os acadêmicos, pesquisadores e estudiosos do turismo.

A sólida ligação entre o turismo e a economia é fato incontestável. No entanto, os efeitos benéficos do turismo sobre a economia só se farão sentir à medida que houver o mínimo de complementariedade entre o turismo e as demais atividades econômicas. O turismo só elevará os níveis de renda e empregos se estiver integrado ao sistema econômico global, mantendo bom nível de transações com os outros ramos da economia. Para produzir resultados que beneficiem o desenvolvimento regional, a renda derivada do turismo deve fluir para os outros grupos ou setores econômicos, dentro da própria região dos núcleos receptores.

A estreita vinculação entre o turismo e a cultura é outro fato que não permite dúvidas ou incertezas, pois ambos constituem um corpo único, necessitando porém de sua internalização na comunidade baiana, através do esforço educacional e da formação de profissionais e orientadores capazes de gerir tal processo, de modo a permitir que seus frutos beneficiem a população local.

A importância do vínculo turismo-cultura é compreendida pela atual gestão governamental como um fator indispensável para a sólida composição e divulgação da imagem turística da Bahia, em particular de Salvador, ao eleger a capital baiana, em sua estratégia para o período de 1994 a 2000, como ofertante de turismo cultural e de congressos, buscando a melhoria do produto a partir de ações e investimentos que a qualifiquem como destinação cultural. São exemplos recentes dessas ações:

- a) recuperação do Pelourinho e Centro Histórico de Salvador (ênfase no patrimônio histórico e arquitetônico);
- b) reforma do Solar do Unhão e do Teatro Castro Alves (ênfase na cultura);
- c) reforma do Centro de Convenções e construção do Pavilhão de Feiras (ênfase em congressos e eventos).

A macrodimensão da estratégia do turismo para o ano 2000, concebida no nível do Estado como um todo, insere como prioridade os pólos turísticos consolidados do turista no estado, e irradiar os benefícios socioeconômicos do turismo pelas suas regiões menos desenvolvidas, diversificando o produto Bahia em uma nova e dinâmica concepção de *espaços/produtos*:

- a) *Salvador*: turismo cultural e de congressos, além de prais;
- b) *Entorno de Salvador*: tendência para o turismo de lazer (Baía de todos os Santos, Litoral Norte próximo);

- c) *Costa dos Coqueiros*: novos espaços e produtos para o turismo de lazer a partir da Linha Verde/Litoral Norte, complexos turísticos integrados (Praia do Forte, Barra do Sauípe);
- d) *Chapada Diamantina*: oferta de aventuras, ecoturismo (circuito do Diamante: Lençóis; circuito do Ouro: Rio de Contas);
- e) *Costa do Cacaú*: turismo de lazer, “resorts” (Ilhéus, Morro de São Paulo);
- f) *Costa do Descobrimento*: opção internacional para o lazer/Litoral Sul (Porto Seguro, Caraíva);
- g) *Costa das Baleias*: eixo ecológico/Extremo Sul (Caravelas, Abrolhos).

A amplitude e complexidade das ações e investimentos requeridos para o êxito de semelhante estratégia, propiciando a definitiva consolidação dos espaços e produtos que a compõem, exigem, para o seu eficaz planejamento e efetiva implantação, um aparato estrutural e organizacional de porte adequado às necessidades de mobilização e integração dos variados agentes, interesses e recursos, influenciados ou que influenciam no processo, bem como a obtenção de ação global harmonizada que permite o desenvolvimento auto-sustentável dos pólos turísticos elegidos prioritários no programa de desenvolvimento turístico da Bahia.

Mais do que nunca, assume o turismo para Salvador e para a Bahia, a condição de ferramenta singular e fundamental destinada a acionar os mecanismos de dinamização da economia baiana, requerendo, para auxiliar na consecução das suas potencialidades, profissionais capazes, além de pesquisadores e estudiosos competentes.