

III FORUM INTERNACIONAL DE TURISMO SALVADOR — BAHIA — BRASIL 3 e 4 de dezembro de 1992

CONCLUSÕES

Carmélia Anna Amaral Sousa¹

No Hotel Meridien, Salvador, Bahia, realizou-se o III FIT (Forum Internacional de Turismo) organizado pela EMTURSA (Empresa Municipal de Turismo de Salvador) com apoio da BAHIATURSA (órgão oficial de Turismo do Estado da Bahia).

O temário do Forum foi sobre "O Processo de Produção do Turismo" e reuniu especialistas e profissionais da área, de grande reconhecimento pelos seus estudos e pesquisas sobre turismo. Os temas tratados foram os seguintes:

- a) Perspectivas de Turismo Internacional — Prof. Miguel Torruco Marques (México);
- b) Políticas Estratégicas — Prof. José Luis Lopez Ibanez (Argentina);
- c) Segmentação de Mercados — Profa. Dra. Beatriz Lage (Brasil);
- d) Serviços Turísticos — Prof. Julio R. Sancei (Argentina);
- e) Recursos Humanos — Prof. Luis Carlos Cruz Cortes (Colômbia);
- f) Comportamento dos Agentes — Profa. Doris v. d. M. Ruschmann (Brasil);
- g) Conscientização Turística — Dr. Rodolfo Alberto Rizzoto (Brasil);

¹ Professora da Faculdade de Turismo da Bahia.
End. para corresp.: Associação Cultural e Educacional da Bahia — Faculdade de Turismo da Bahia — Rua da Mangueira, 32 — CEP 40000 — Salvador — BA — Brasil.

h) Avaliação do Turismo — Prof. Dr. Mário Carlos Beni (Brasil).

Além das palestras, participaram do Debate sobre a "Avaliação do Turismo" os Srs. Paulo Gaudenzi (Presidente da BAHIATURSA), Francisco Pessoa (Presidente EMTURSA), Geraldo Vilalva (Presidente do Conselho Baiano de Turismo), Caio Luis Carvalho (Secretário Nacional de Turismo), José Salles Filho (Presidente CTI Nordeste), Emília Maria Silva (Presidente ABAV-Ba), Cícero Sena (Presidente ABIH-Ba) e Tereza Chagas (Presidente ABEOC-Ba). As principais conclusões do Evento são descritas a seguir.

Mundialmente, vem-se observando grande interdependência entre os países, com clara propensão dos conteúdos culturais sobre os geográficos, visando através dessas mudanças assegurar melhores condições para o ser humano e maior valorização para o meio ambiente e a identidade histórica dos países, o que beneficiará a atividade turística tornando-a instrumento eficiente de bem-estar social.

O turismo deverá se ajustar aos processos de mudança que estão ocorrendo no mundo com a globalização e internacionalização crescente da economia, a colaboração e cooperação, que cresce a nível internacional, das forças de desenvolvimento em função de um novo sistema de relações internacionais com outros valores de força e poder e a participação gradual e crescente de agentes privados na nova ordem.

A América Latina, cujo potencial turístico é reconhecido, para competir e desenvolvê-lo com êxito precisa: ingressar nas economias de mercado, criar blocos de livre comércio, modificar leis e regulamentos, modernizar-se, eliminar entraves burocráticos e criar uma consciência turística.

O desenvolvimento turístico necessita de um modelo, porém cada país deve ter o seu, desenvolvido sobre a base da problemática de cada um, criando seu próprio estilo de desenvolvimento. O desenvolvimento turístico só ocorrerá de modo conveniente quando houver respeito à liberdade de comércio e desregulamentação do setor. Nesse sentido, deverá haver:

- a) maior cuidado na inserção dos mercados dos países vizinhos, que são na realidade, os grandes provedores de fluxos;

- b) formulação de estratégias para os destinos, com identificação dos produtos, competências e clientes;
- c) diversificação e qualidade dos produtos turísticos oferecidos;
- d) coordenação com órgãos oficiais diversos visando criar facilidades para a atividade turística;
- e) desenvolvimento de estratégias de segmentação de mercados para otimizar o setor sob os aspectos de: promoção, publicidade, maximização de lucros para as empresas e de satisfação para os turistas;
- f) criação de políticas de preços direcionadas a mercados específicos, além de investimentos em produtos que possam interessar à sazonalidade do turismo;
- g) profissionalismo, qualidade e eficiência na prestação de serviços turísticos;
- h) linhas de ações claras, especialização, inovação e altos níveis de qualidade e excelência na prestação de serviços pelas empresas, aumentando sua competitividade;
- i) competência para "ver" o cliente como um recurso renovável, sem enganos com "vantagens cambiais", pois elas não asseguram fidelidade dos fluxos.

Outro aspecto analisado para explicar a diferença do desenvolvimento turístico da América Latina em relação à Europa foi o tipo de transporte. A Europa usou o transporte de superfície para seu desenvolvimento turístico, e a América Latina se desenvolveu com base no transporte aéreo, através de um mercado oligopólico, muito tempo liderado por linhas aéreas na maioria estatais, o que levou a política de turismo desses países ser regida mais pelas autoridades responsáveis pelo transporte aerocomercial do que por organismos de turismo.

A atitude da linha aérea do Estado continuará sacrificando o turismo receptivo, pois seu nicho de mercado é sempre o mercado nacional. É necessária uma política de "céus abertos" para o turismo receptivo, assegurando ao país o acesso de todas as linhas aéreas como aliadas comerciais do destino.

O Brasil, em particular, sofre desfavorecimento pelas distâncias em relação aos principais pólos emissores e sofre os efeitos do cartel aeronáutico que mantém elevadas tarifas no Atlântico Sul, ao contrário

do Atlântico Norte, onde a concorrência entre companhias aéreas promoveu a redução de tarifas. A isso se somam os vôos deficitários que saem quase simultaneamente, no mercado interno, para os mesmos destinos e que as companhias aéreas não remanejam.

Além dos aspectos analisados sobre o desenvolvimento turístico na América Latina, levantaram-se ainda os seguintes pontos referentes ao Brasil:

- a) o turismo brasileiro tem decrescido em função dos diversos fatores econômicos, políticos e sociais sem que o governo consiga controlar seus efeitos negativos ou melhorar a imagem do país;
- b) falta ao Brasil um planejamento estratégico onde estejam incluídas decisões rápidas e antecipadas baseadas em métodos rigorosamente científicos;
- c) O Estado brasileiro ainda não tratou o turismo como atividade importante, daí não se conhecer qual a sua contribuição ao processo de desenvolvimento econômico e social do país;
- d) ausência de uma diretriz nacional e falta de ação intersetorial entre os órgãos públicos de turismo, gerando crescimento isolado do setor, planos e programas, nem sempre adequados, além de dissociados da realidade cultural, política, social e econômica, dificultando definir prioridades no planejamento e na alocação de recursos;
- e) dotação orçamentária dos órgãos públicos, contemplando turismo de forma marginal;
- f) acentuada modificação do processo diretivo por critérios eminentemente políticos.

A partir dessas considerações mais evidentes reconheceu-se que o principal diferencial turístico do Brasil é sua natureza exótica e exuberante, que lhe dá condições de concorrer com outros destinos, bastando para isso organizar-se através de:

- a) uma reavaliação do espaço turístico nacional pelo Estado;
- b) criação de Sistema de Planejamento e Gestão que defina políticas para o setor;

- c) ampliação e redirecionamento do movimento do turismo interno, massificando seus fluxos como forma de otimizar e reorientar a estrutura receptiva instalada, além de instalar em uma escala mais condizente estruturas para as possibilidades de demanda interna;
- d) estudos do reescalonamento de férias para contemplar a sazonalidade e equilibrar os "picos" do turismo receptivo internacional;
- e) difusão de um turismo qualitativo, porém crescente e constante, mantendo a viabilidade econômica dos agentes;
- f) capacitação e qualificação dos recursos humanos do setor;
- g) implantação de um sistema institucional integrado de turismo e ação administrativa intersetorial, visando consolidar a efetiva coordenação entre os órgãos responsáveis pela formulação e execução de planos e programas de desenvolvimento do turismo no Brasil.