

## Benchmark: Salvador

### Resumo

Devido ao plano de desenvolvimento turístico, implementado em 1991, o benchmarking desta edição selecionou a cidade de Salvador para mostrar como os investimentos públicos e privados conseguiram beneficiar os projetos turísticos, não só em Salvador como também em todo estado, traçando uma linha de ação que visou abranger aspectos tais como a infraestrutura, publicidade, educação e cultura. Para um melhor entendimento do conceito de benchmarking visite nossa primeira edição.

## Introdução

Uma das cidades selecionadas para o Benchmark do IVT, pela implementação de programas de grande relevância para o desenvolvimento do setor de turismo, foi Salvador.

Nos últimos dez anos, a partir do Plano de Desenvolvimento do Turismo de 1991, investimentos públicos e privados vêm sendo direcionados para execução de projetos turísticos que beneficiam Salvador e todo o estado da Bahia.

Alicerçada em uma estratégia que engloba infra-estrutura, marketing, educação e dinamização cultural, o estado da Bahia é uma importante referência nacional de políticas e ações do setor turístico.

Neste trabalho será apresentado um resumo da política traçada pela **Secretaria da Cultura e Turismo do Governo do Estado da Bahia para o setor de Turismo**, com os projetos de iniciativa privada delineados em cada uma das 7 zonas turísticas do estado, bem como os investimentos realizados em infra-estrutura e os programas de marketing e educação turística.

Dados econômicos e estatísticos como o fluxo global de turistas, o fluxo marítimo e a receita global gerada pelo turismo na Bahia, realizados pela **BAHIATURSA**, e as principais ações e projetos implantados por entidades públicas baianas, como o **CENAB - Centro Náutico da Bahia**, o **IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural**, a **DELTUR - Delegacia de Proteção ao Turista e privada**, como o **Instituto de Hospitalidade** também serão mostrados neste trabalho.

Durante as visitas às instituições foram realizadas entrevistas, gravadas e escritas, além de consultas a um volume significativo de publicações, relatórios, artigos e folders, dos quais alguns documentos foram selecionados e anexados a este relatório.

## Secretaria da Cultura e Turismo do Governo do Estado da Bahia

*(Entrevista com Sr. Nidalvo Quinto - Assessor Especial)*

*" Vocês vão tomar conhecimento da Terra da Felicidade. Aqui seguramente é um dos melhores lugares do mundo para se fazer turismo. O produto turístico da Bahia é forte, é potente, é complexo, é completo. E tem do mar à cultura. Nós vamos apresentar e vamos ver aquilo e aquele lugar onde podemos fazer turismo e ganhar dinheiro com o turismo. Podemos fazer lazer e podemos investir em turismo."*

*Paulo Gaudenzi - Secretário Estadual de Turismo da Bahia*

Desde 1991, a partir da implementação do plano de desenvolvimento do turismo, delineado para ratificar a Bahia como o destino turístico "No1" do Brasil, investimentos públicos e privados vêm sendo direcionados para execução de projetos turísticos que beneficiam Salvador e todo o estado da Bahia. Alicerçada em uma estratégia específica que engloba infra-estrutura, marketing, educação e dinamização cultural, o estado da Bahia torna-se uma importante referência nacional de políticas e ações para o desenvolvimento do setor de turismo.

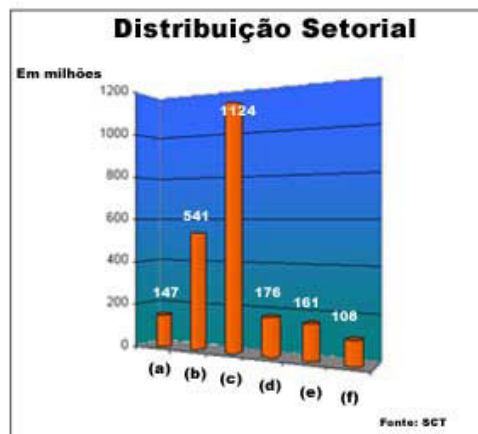
Este conjunto de ações exigiu do governo um novo desenho da geografia turística traduzido na criação de 7 zonas turísticas buscando a priorização e a eficácia dos investimentos globais: Costa dos Coqueiros, Baía de Todos os Santos, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina.

A política na área do turismo está ancorada em três ações pontuais e estratégicas, que visam, em última instância, a similaridade **infraestrutural** dos municípios prioritários, combinada com uma **política de promoção e comercialização** da sua linha

de produtos nos mercados nacional e internacional, bem como a **qualificação da mão-de-obra** no setor.

### Infra-estrutura

São US\$ 2,3 bilhões, de 1991 a 2005, que estão sendo investidos pelo governo do estado num programa específico para melhoria da infra-estrutura turística, a exemplo de energia (a) , estradas (b) , esgotamento sanitário (c), aeroportos (d) , recuperação do patrimônio histórico (e) e outros /lixo, urbanismo /(f) , como mostram as figuras abaixo:



Estes investimentos estão distribuídos pelas 7 zonas turísticas, sendo a baía de Todos os Santos, onde se localiza a cidade de Salvador, receptora da maior parcela (US\$ 1,04 bilhões) pela execução de projetos como a restauração da Praça da Sé (US\$ 10 milhões), do Centro Histórico do Pelourinho (US\$ 70 milhões), ampliação do aeroporto internacional (US\$ 145 milhões) e despoluição

da baía de Todos os Santos (Projeto Baía Azul - US\$ 650 milhões).

Em termos de investimentos privados, estão previstos , para o período de 1991 a 2012, em torno de US\$ 4,8 bilhões , sendo que US\$ 933 milhões em projetos já concluídos e em execução, e US\$ 3,839 bilhões para os próximos 12 anos.

Os principais projetos de iniciativa privada, assim como de infra-estrutura, distribuídos pelas zonas turísticas do estado da Bahia são:

Costa dos Coqueiros Costa do Cacau  
 Costa das Baleias

Baía de Todos os Santos Costa do Descobrimento Chapada Diamantina

Costa do Dendê

Não há turismo sem deslocamento. O governo da Bahia vem investindo maciçamente na construção e ampliação de aeroportos e estradas por todo o estado, interligando as regiões do mapa geográfico turístico. A Bahia conta com aeroportos em Paulo Afonso, Salvador, Itaparica, Valença, Ilhéus, Comandatuba, Canavieiras, Porto Seguro, Caravelas, Teixeira de Freitas, Vitória da Conquista, Jequié, Lençóis, Bom Jesus da Lapa , Barreiras e Juazeiro. A Bahia é um dos estados com maior área aeroportuária do Brasil.

Assim como os aeroportos, o governo vem investindo na construção de estradas. A orla da Bahia está toda interligada, com

exceção de cinco trechos (190 Km) que estão em projeto. Com objetivo de reduzir o tempo de chegada do centro-oeste para o sul do estado, foi construída uma estrada (Possi - extremo sul) que reduz em 2 horas e meia o percurso. Para ligação do norte com o sul pelo interior do estado está em execução um projeto de construção de uma estrada de 60 Km de extensão.

Para melhoria da infra-estrutura que atende ao turismo de eventos e congressos, foram construídos o Centro de Eventos Múltiplos de Ilhéus e o Centro Cultural de Eventos do Descobrimento de Porto Seguro, este último a ser inaugurado na data de comemoração dos 500 anos de descobrimento do Brasil.

Uma parcela dos investimentos na infra-estrutura turística está sendo direcionada ao meio-ambiente. São 18.363 km<sup>2</sup> de APA's (Área de Proteção Ambiental) distribuídas pelo estado: Litoral Norte, Rio Capivara; Pedra do Cavalo; Tinharé/Bolpeba; Pratigi, Península de Marau; Lagoa Encantada, C. Itacaré/Serra Grande; Caraíva/Trancoso, Coroa Vermelha, Santo Antônio; Ponta da Baleia/Abrolhos; Dunas e Veredas do S. Francisco, Lagoa Itaparica; Serra do Barbado, Marimbus/Iraquara. Somados aos parques e reservas, são 23.456 Km<sup>2</sup> de Unidades de Conservação, que representa uma área maior que a área total do estado de Sergipe (22.050Km<sup>2</sup>) e comparada à Costa Rica, considerada líder na área de proteção ambiental, a Bahia tem mais do que o dobro da área protegida do país (10.710Km<sup>2</sup>).

#### Marketing Turístico

Os mercados-alvo para o marketing turístico do estado da Bahia são prioritariamente o Brasil (87% do mercado como um todo), seguidamente do Mercosul, norte da Europa, Estados Unidos e Canadá.

O marketing turístico da Bahia é como o marketing de qualquer produto: um mix de produto, preço, pontos de venda e promoção.

Do ponto de vista de produto, a Bahia possui 14 produtos turísticos:

- Praia do Forte
- Comandatuba
- Abrolhos

- Salvador
- Porto Seguro
- Alcobaça
- Itaparica
- Arraial D' Ajuda
- Caravelas
- Morro de São Paulo
- Trancoso Lençóis
- Ilhéus Prado

Em termos comparativos com outros estados, a Bahia possui quase o triplo do número de produtos turísticos de Pernambuco, que possui 5 produtos, ou seja, 5 destinos com infra-estrutura receptiva para o turista.

Os produtos turísticos estão divididos em segmentações motivacionais como Turismo de Viagem de Incentivo, Turismo de Lazer, Turismo Ecológico, Turismo Cultural, Turismo Profissional, Turismo Religioso, Turismo de Congresso e Eventos, e mais recentemente foram lançados o Turismo da Melhor Idade, Turismo Rural, Turismo de Esporte e Aventura e Intercâmbio Cultural.

O programa do Turismo da Melhor Idade é um resultado de um convênio do governo da Bahia com a Embratur e a Associação Brasileira da Melhor Idade, promovendo descontos de até 40% nas passagens aéreas para os sócios desta associação. A hotelaria bahiana aderiu ao programa e também oferece descontos de até 40% para os idosos.

Para o Turismo rural já existem 30 fazendas catalogadas pela BAHIATURSA (Órgão Oficial de Turismo da Bahia), preparadas para o receptivo turístico, com atividades de lazer e entretenimento.

Também recentemente lançado, o intercâmbio cultural - universitário é um programa piloto de turismo cultural do governo do estado da Bahia em convênio com a companhia aérea TAM, a Embratur e

a Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/ BA), oferecendo aos estudantes universitários a oportunidade de conhecer os sítios históricos e turísticos de Ilhéus e Porto Seguro.

Com relação ao preço, o governo do estado vem adotando uma política de articulação com vendedores e compradores, visando preços finais competitivos e uma conscientização turística junto aos diversos segmentos da comunidade baiana. Foi criado o Air Pass Bahia a partir de um convênio com a companhia aérea Nordeste/Varig, com preços promocionais de acordo com o número de destinos:

- 1 destino - R\$ 120,00
- 2 destinos - R\$ 200,00
- 3 destinos - R\$ 300,00

No programa de marketing turístico, os pontos de venda do produto Bahia são de grande importância para o pleno funcionamento do setor. São eles: empresas aéreas; empresas e operadores de cruzeiros marítimos; operadores e agentes de viagem; representantes comerciais; hotelaria; imprensa; representações diplomáticas; autoridades aeronáuticas; empresas promotoras de eventos e incentivos houses.

Do ponto de vista da promoção, a propaganda em forma de material promocional com anúncios e slogans como "Bahia. Terra da Felicidade"; "Bahia. É pra lá que eu vou" e "Bahia. O Brasil nasceu aqui", bem como a realização de eventos próprios e a participação em eventos de terceiros são os instrumentos selecionados para divulgação dos produtos turísticos da Bahia.

### Educação para o Turismo

*"A educação para o turismo não deve estar dissociada da política educacional como um todo, razão pela qual não deve ser uma ação*

*isolada da Bahiatursa. Há de se buscar um esforço conjunto da sociedade organizada, empresários e Governo para uma solução eficaz".*

*Paulo Gaudenzi - Secretário Estadual de Turismo da Bahia*

A qualidade dos serviços é um dos fatores estratégicos de competitividade, razão pela qual a mão-de-obra do setor depende fundamentalmente de um programa de qualificação induzida.

Sendo assim, o governo do estado da Bahia criou um programa, que ainda está em estágio embrionário, de educação para o turismo baseado na formação de um colegiado constituído pelas instituições de ensino UNYANA, UNIFACS, UNIBAHIA, FACTUR, FIB, UEFS, UESC, UNEB, UFBA, CEFET e UCSal, o SENAC, SENAI, SEBRAE e o Instituto de Hospitalidade. Cada organização educacional, ou cada consórcio de organizações, adotará uma zona turística, na qual atuará como provedor das carências existentes, como a elaboração de diagnósticos, formação e capacitação de pessoas e a realização de estudos e pesquisas. A BAHIATURSA não vai mais se responsabilizar pela ação de treinamento.

Este colegiado vai possuir um núcleo executor chamado CEAT, Centro de Estudos Avançados de Turismo, cuja missão será de elaborar planos e programas de educação para o turismo, criar uma incubadora de projetos, incentivar a produção acadêmica de interesse da atividade turística, editar revistas e periódicos, criar um banco de dados sobre a oferta e demanda de cursos, implantar bibliotecas e videotecas virtuais, financiar pós-graduações, estimular e premiar monografias.

### **BAHIATURSA - Órgão Oficial de Turismo do Estado da Bahia**

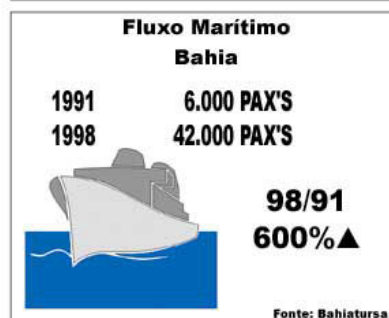
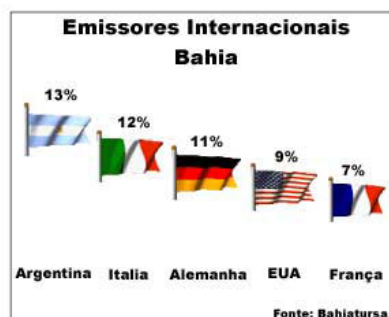
O Bahiatursa, surge em 1968 como órgão responsável por explorar a indústria e

o comércio hoteleiro, de interesse e fomento ao turismo no estado.

O Sistema Estadual de Turismo surge em 1979, com a unificação do comando administrativo e político das três empresas - BAHIATURSA, ENTUR e CONBAHIA -, numa estratégia de relativo êxito até 1986. As ações governamentais para o turismo da Bahia são redirecionadas com a mudança do governo estadual em 1987. O comando das três empresas foi desunificado em termos de gestão administrativa e disperso politicamente. Em 1990, com a modificação estrutural e jurídica da organização governamental do turismo baiano, acontece a fusão das três empresas.

Seguindo a mesma linha estabelecida em 1991, em 1995, a Bahiaturisa desvincula-se da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo para vincular-se à recém-criada Secretaria da Cultura e Turismo, e estabelece as principais linhas diretivas, em vigor até 2.002.

Em entrevista como gerente de estudos econômicos, Sr. Jorge Antônio Santos Silva, foram apresentados os seguintes dados econômicos e estatísticos do setor do turismo baiano:



## Centro Náutico da Bahia (CENAB)

(Entrevista com Sr. Eurípedes Vieira - Administrador )

Criado em dezembro de 1996, através de decreto governamental, o Centro Náutico da Bahia (CENAB)<sup>1</sup> conta com o apoio das secretarias de Indústria e Comércio, Trabalho e Ação Social e Cultura e Turismo.

A Bahia é o único estado do país que dispõe de um programa específico e estruturado - com recursos e pessoal alocado - para captação de eventos e o desenvolvimento da náutica.

Segundo o presidente da CENAB, Sr. José Raimundo de Abreu Zacarias, pela primeira vez, um governo estadual promove investimentos com vistas a potencializar o amplo desenvolvimento das atividades náuticas.

O trabalho de captação e recepção de regatas e ralis internacionais foi o fato gerador de todo o programa que se desenvolve na náutica baiana. A participação em 18 eventos nacionais e internacionais já está assegurada até o ano 2002, e outros 18 encontram-se em negociação, com boas possibilidades de êxito.

O projeto *Um Olho na Terra, o Outro no Mar*, implantado em 1999 e promovido pela Organização do Auxílio Fraternal (OAF) em parceria com o Governo do Estado, através do Centro Náutico da Bahia, a Secretaria de Educação do Município de Vera Cruz e o Núcleo de Psicologia Social da Bahia, tem como um dos objetivos a formação de marinheiros.

Com a maior costa do Brasil (1000 Km aproximadamente), a Bahia tem demanda por este tipo de profissional. Em geral, quem trabalha na área aprende de forma empírica.

Com uma cultura náutica forte, Vera

Cruz, um dos municípios que compõem a Ilha de Itaparica, foi o local de realização do primeiro curso de formação de marinheiros, ministrado por um instrutor do CENAB.

O curso é dividido em dois módulos: básico e específico. No primeiro, os alunos têm aulas de cidadania, português e matemática, que são integradas às outras disciplinas. Em matemática, por exemplo, estudam-se os ângulos, aprendendo a fazer cálculos com as medidas do barco. No módulo seguinte, o instrutor ensina as regras para velejar, como navegação básica, normas de segurança, conhecimento técnico-naval, manutenção básica de motores, do sistema elétrico e do casco. Nesta etapa, acontecem aulas práticas em marinas.

Ao sair do curso, os jovens têm o preparo de um mestre-amador, ou seja, estão aptos a circular em águas da costa brasileira, mas a habilitação só é concedida pela Marinha mediante um teste - a classificação da Marinha para as categorias amadoras é de arrais (que pode navegar na Baía de Todos os Santos), mestre e capitão (que permite a navegação em qualquer lugar do mundo).

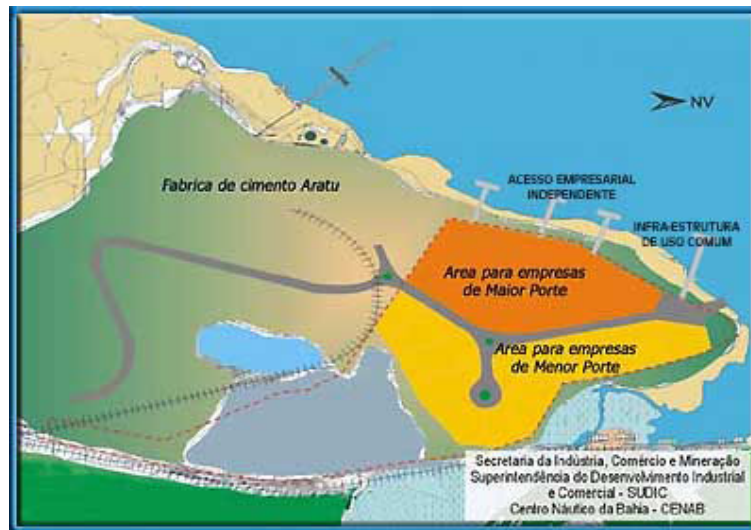
## Distrito Industrial Náutico

O Distrito Industrial Náutico, em implantação numa área de 176 mil metros quadrados, na Baía de Aratu, próxima ao Porto de Aratu, foi planejado para abrigar as empresas que atuam na produção, manutenção ou prestação de serviços no meio náutico. A infra-estrutura do complexo contará com rodovias, redes de energia elétrica e de iluminação pública; acessos ao mar através de rampas e guinchos; atracadouros; piers etc.

Os lotes com dimensões variadas, de acordo com o porte e as necessidades operacionais de cada empresa, serão vendidos a preços subsidiados. Os adquirentes poderão se beneficiar dos

1 <http://www.cenab.com.br/php/index.php>

incentivos fiscais e de outras ações promocionais concedidas pelo Governo da Bahia. Empresas de maior porte e que terão acesso direto ao mar, farão uso da infraestrutura individual que vier a implantar; as empresas de menor porte, que não tenham acesso direto à linha d'água, utilizarão a estrutura de descida e docagem de embarcações de uso comum, implantada pela Sudic.



### IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural

O Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural, IPAC, é um órgão estadual, criado há 30 anos, com a finalidade de preservar e restaurar o patrimônio artístico e cultural da Bahia, detentora dos mais antigos monumentos do Brasil. O IPAC está situado no próprio Pelourinho e conta com uma equipe de técnicos e administradores responsáveis por planejar, organizar e/ou coordenar todos os projetos de intervenção física nos monumentos do Pelourinho e do Centro Histórico de Salvador

O Instituto, após o projeto de recuperação do Pelourinho, teve mais uma função: a coordenação do programa de revitalização sócio-cultural do Pelourinho, com a criação de uma Diretoria Adjunta, responsável pelo Projeto Pelourinho Dia &

Noite, concebido para estimular a atividade cultural e turística do Pelô.

### Entrevista com Sr. José Augusto Leal - Diretor Adjunto

Desde 1991, o governo do estado da Bahia vem investindo na recuperação do seu patrimônio histórico.

Através da atuação do Instituto de Patrimônio Artístico e Cultural (IPAC), o projeto de recuperação do centro histórico de Salvador, inicia a sua 7ª etapa de execução.

Este centro histórico, tombado pela UNESCO em 1984, inclui os bairros de Santo Antônio, Carmo, Pelourinho e Centro, na cidade alta de Salvador.

Neste projeto, o governo da Bahia já investiu cerca de US\$ 70 milhões, concentrando 80 % deste valor no bairro do Pelourinho. Foram realizadas obras de:

- **Infra-estrutura** - saneamento, recuperação de ruas, eletricidade (rede elétrica subterrânea).
- **Construção de 3 estacionamentos** ( capacidade total de 1000 veículos)
- **Recuperação do patrimonial** ( 3000 imóveis - igrejas, residências, centros culturais, praças). Na restauração da Catedral foram gastos US\$ 4 milhões e na Igreja de São Francisco, US\$ 2,5 milhões .
- **Construção do Quarteirão Cultural** - US\$ 8 milhões
- **Construção da Praça do Reggae** - US\$ 500 mil



Em 1997, durante as obras de reurbanização da Praça da Sé, no terreno da antiga Igreja da Sé (demolida em 1933), foram descobertas ossadas de escravos, objetos de metal e cerâmica. Foi então criado o Sítio Arqueológico da Antiga Igreja da Sé. As ossadas e os objetos encontrados vêm sendo estudados por técnicos do Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e a área foi preparada para visitação dos turistas (com placas informativas em inglês e português).

No Quarteirão Cultural foi construída a Praça das Artes, Cultura e Memória (ACM). Inaugurada em setembro de 1997, conta com cinemas, teatros, núcleo de dança, praça de contemplação e estacionamento.

#### *Projeto Pelourinho Dia & Noite*

O Pelourinho Dia & Noite é um projeto criado, em maio de 1995, pelo Governo do Estado, sob a responsabilidade do IPAC (Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural), para estimular e manter um fluxo constante de visitantes no Pelourinho, tornando-se, assim, uma opção de cultura, lazer e entretenimento para turistas e baianos.

O projeto realiza uma série de eventos de cunho artístico-cultural, em diversas áreas: música, teatro, dança, artes plásticas, literatura e artesanato, através de shows e exposições em praças e casas de espetáculos do próprio Pelourinho contando com uma programação mensal variada, que estimula o comércio, o lazer e o turismo local e incentivando também novos artistas a apresentarem seus trabalhos. Este projeto visa atingir toda a população contando com programações gratuitas.

O Projeto Dia & Noite é divulgado através de cartazes e panfletos que são distribuídos à população em vários pontos da cidade e no próprio Pelourinho.

O Pelô.net estará divulgando a agenda de shows e eventos programados

pelo Projeto Dia & Noite, levando ao usuário todas as opções de lazer e cultura previstas para cada mês.

### **DELTUR - Delegacia de Proteção ao Turista**

*(Entrevista com Sra. Glória - Assessora da Delegada Titular Sra. Lindaiá Mustafá)*

A política de segurança pública, implantada pelo Governo do Estado da Bahia, visando o sistema de atendimento ao turista através da Secretaria da Segurança Pública e da Bahiatursa, é desenvolvida pela Polícia Civil - através da DELEGACIA DE PROTEÇÃO AO TURISTA - DELTUR e Polícia Militar - CIA. DE POLÍCIA TURÍSTICA, ambas instaladas no Centro Histórico de Salvador.

À Polícia Militar compete o policiamento ostensivo, agindo preventivamente nas áreas de maior fluxo de visitantes, garantindo a sua integridade física e patrimonial, orientando e informando sobre os roteiros e serviços da cidade e desenvolvendo atividade de receptivo de segurança turística aos grupos visitantes.

Criada em 1991, a Delegacia de Proteção ao Turista - DELTUR desenvolve atividade de Polícia Judiciária, instaurando o procedimento específico à elucidação de fatos que atendem contra a integridade física e patrimonial do turista, sanando com o atendimento especial, a prisão do autor e a devolução do bem lesado, o constrangimento sofrido. E essa devolução ocorre mesmo que o turista já não se encontre em território nacional, via consulado.

A DELTUR tem um atendimento imediatista, sendo adotadas todas as providências logo após a comunicação do fato. Além disto, orienta quanto a perda e extravio de documentos, encaminhando-se às repartições próprias (consulados, agências de viagens, bancos etc.) e desenvolve receptivo de segurança turística.

Contando com 64 funcionários, a Delegacia de Proteção ao Turista, a partir de janeiro de 1999, implantou o SAP, um novo modelo de polícia. Com qualificação e informatização, a finalidade é de se oferecer um atendimento rápido e eficiente ao turista, com a integração das delegacias.

## Instituto de Hospitalidade

*(Entrevista com Sr. Luiz Carlos Barboza)*

Criado em dezembro de 1997, pela Fundação Odebrecht, o Instituto de Hospitalidade<sup>2</sup>, trabalha com base em duas vertentes: formar profissionais qualificados para atuar no setor de turismo, com padrões internacionais de excelência e contribuir na mobilização conjunta de governo, empresariado e demais segmentos da sociedade civil, para o aprimoramento dos serviços turísticos no Brasil.

Contando com 30 instituições associadas, atualmente o Instituto de Hospitalidade desenvolve programas embaixadores nacionais como:

### *Certificação da Qualidade Profissional*

Dentre as suas realizações, mereceram destaque:

A criação do Conselho Nacional de Certificação da Qualidade Profissional para o Setor de Turismo - CQT e de suas comissões técnicas de pesquisas e de normas, com integrantes representativos dos setores empresarial, governamental, de trabalhadores e educacional.

A articulação e mobilização de atores-chave, através da assinatura de diversos convênios.

A realização das pesquisas de oferta e demanda de capacitação profissional para o setor de turismo.

A elaboração de normas de ocupação para recepcionistas de hotéis e para garçons,

bem como de normas de competência em segurança alimentar.

### *Produtos e Processos Educacionais*

Os Produtos e Processos Educacionais oferecidos pelo Instituto de Hospitalidade são recursos institucionais adequados à realidade brasileira, com padrões internacionais de qualidade, destinados a atender a empresas e escolas.

É um Programa Embaixador, que fornece materiais de apoio para a área de treinamento profissional, como livros, CD-ROMs interativos, guias de treinamento, vídeos, vídeos gestuais e seminários/workshops, e para a área acadêmica, aí incluídos cursos e currículos para a obtenção de certificados e diplomas reconhecidos internacionalmente.

Além dos programas embaixadores nacionais, o Instituto de Hospitalidade desenvolve programas localizados como o da Costa dos Coqueiros, com o objetivo de promover a capacitação e qualificação profissional no litoral norte da Bahia, para atender à demanda dos empreendimentos turísticos que lá estão se instalando e apoiar a promoção do desenvolvimento das comunidades locais de forma sustentada.

<sup>2</sup> <http://www.hospitalidade.org.br/>