

Santos (SP): panorama atual sobre a regionalização do turismo

Aristides Faria Lopes dos Santos¹

Resumo: A infra-estrutura urbana do município de Santos, litoral paulista, não acompanhou o seu rápido crescimento demográfico e econômico a partir do século XIX. O objetivo deste estudo de caso é melhor compreender a atual fase de desenvolvimento turístico da cidade. Para alcançar tal intento, a pesquisa promove um estudo histórico do tripé Turismo, Qualidade Ambiental e Investimento público municipal no segmento, contextualizando-o no processo de regionalização. Iniciativas de promoção e de comercialização da imagem santista ao turismo deixaram de acontecer durante anos. Nos últimos dez anos, porém, essa situação tem sido alterada, inclinando uma mudança no perfil do visitante que procura a cidade de Santos. Isto se reflete nos investimentos feitos para a melhoria contínua da infra-estrutura turística e para o surgimento de novos empreendimentos turísticos. A partir da análise de dados estatísticos, confirma-se um incremento dos índices positivos de balneabilidade das praias de Santos, aumento do período de permanência e dos gastos médios dos turistas, além de um maior investimento da prefeitura local na Secretaria Municipal de Turismo.

Palavras-chave: balneabilidade, estatística do turismo e desenvolvimento econômico.

1 INTRODUÇÃO

O município de Santos, pertencente à Região Metropolitana da Baixada Santista (RMBS), no litoral paulista, sofreu um processo de degradação acelerado durante o final do século XIX e ao longo do último século. Desde 1880 os municípios sofreram pela falta de saneamento básico, vivendo em condições insalubres ao longo de décadas. As características topográficas da RMBS, o inchaço populacional ocasionado pelo comércio do café e pelo lazer junto ao mar e, ainda, fomentado pelo início do transporte de longa distância na região e a ausência de um sistema de saneamento básico fez com que a região vivesse um período bastante prejudicial para a sua imagem enquanto destino turístico.

¹ Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. E-mail: aristidesfaria@yahoo.com.br

Conforme aponta Dias “o turismo, ao contrário [dos voltados ao desenvolvimento industrial], se integra com a cidade e a transforma num espaço a ser consumido” (2003 p. 185). O mesmo autor segue afirmando que “o turismo por si mesmo contribui para melhorar a imagem da cidade. A cidade, neste sentido, deve ser assumida como uma organização empresarial e, ao ser administrada dessa forma, em primeiro lugar deve ser possível de vender a cidade enquanto marca” (2003 p.185). Adiante, Grinover (2007) e Flores (2002) abordarão o tema “competitividade”.

Esta pesquisa busca analisar o contexto atual (relativo ao perfil sócio-econômico do turista e ao seu comportamento de viagem) do turismo praticado na RMBS, sobretudo na cidade de Santos. Para tanto, buscou-se dados da pesquisa de "oferta e demanda turística" realizada pela Secretaria Municipal de Turismo, da balneabilidade das praias de Santos fornecida pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e pelo órgão ambiental do Estado (CETESB) e dos montantes investidos na Secretaria Municipal de Turismo (SETUR).

2 O TURISMO EM SANTOS

Não se pretende com esta investigação apresentar toda a evolução histórica das intervenções antrópicas no litoral paulista. Ao longo do texto, faz-se menção a certos períodos e eventos que resultaram no espaço vivenciado na contemporaneidade. Há diversos fatores que vêm convergindo e impulsionando a nova fase do desenvolvimento turístico na RMBS. No caso de Santos, tem-se notado que sua infra-estrutura urbana é sua vantagem competitiva. Temas como acessibilidade e balneabilidade tomam grande amplitude quando se coloca as cidades em comparação. Em relação à queda prolongada do número de visitantes, dos gastos ou de pernoites em uma destinação ou produto turístico, Ruschmann adverte que “as medidas a tomar são necessariamente aquelas que revertam essa queda e que direcionem a curva no sentido do [rejuvenescimento]” (1997 p. 106).

Sabe-se que desenvolvimento regional não se faz por meio de competição, mas por integração. Contudo, acredita-se que o monitoramento de diversos indicadores, a publicidade dos índices aferidos e o estabelecimento de metas se faz obrigatório a todos envolvidos no processo de regionalização do turismo. Sobre o binômio competição/cooperação, Beni esclarece que “a competição e a cooperação podem ser citadas com os principais tipos de

relacionamento mantido entre tais organizações [municípios envolvidos], com a geração de externalidades positivas (como a diferenciação do produto como um processo de contínua inovação estimulado pela competição e potencializado pela cooperação)” (2006 p. 127). Sendo assim, considera-se esta definição de "fator de atratividade" para aquilo que, além de a localidade possuir de peculiar, singular, pode ser considerado como extraordinário a ponto de influenciar na opção do turista pelo lugar.

Segundo Vaz apud. De Rose, "fator de atratividade" é

o elemento que exerce influência significativa na decisão de um turista, quando da escolha de sua destinação de viagem, de seu roteiro. De preferência, deve constituir-se em aspecto diferencial de uma cidade, algo que a caracterize particularmente, que se possa associar imediatamente à localidade (2002 p. 35).

O turismo na RMBS acontece centrado na cidade de Santos. Apesar de cada município possuir seu fator de atratividade, nenhum município possui atrativos e opções suficientes para manter os turistas por muito tempo, demandando serviços turísticos². É importante ressaltar que os demais municípios funcionam como “destinos secundários³”, sendo Santos, então, o “destino principal⁴” da região. Assim, a importância das demais cidades para que o turista permaneça na região deve ser sempre exaltada.

Em relação à ocupação espacial fomentada pelo Turismo de fim de semana, largamente praticado em Santos e na região, Tulik afirma que:

Às vezes, a urbanização pode, até mesmo, ser uma repercussão espacial do turismo de fim de semana associado às residências secundárias ou a outra forma de alojamento turístico derivada da necessidade de serviços para atender à demanda (...). Esse efeito é mais acentuado quando atividades econômicas mais significativas se sobrepõem ao turismo. Santos constitui um exemplo dessa situação (2001 p. 49).

Realmente, Santos possui outros alicerces à sua economia, praticamente desconsidera o turismo como gerador de empregos e distribuidor de renda. Talvez por conta da desorganização do setor, pelo recente e incipiente associativismo. Atualmente percebe-se a tentativa de oferecer serviços turísticos e prolongar a estada dos turistas, mas em função da

² Meios de hospedagem, restaurantes, agenciamento, transportes turísticos, locação de veículos, empresas de entretenimento, PIT's (Postos de Informação Turística), passeios e comércio de artigos turísticos (DE ROSE, 2002: 50);

³ DE ROSE (2002: 34);

⁴ *Idem.*(2002: 34);

proximidade com os principais núcleos emissores de turistas para a cidade, esta tarefa se torna mais árdua.

Em relação à organização de uma cidade como destino turístico, Petrocchi conclui que, ao visitar uma determinada cidade, o turista observa e avalia tudo,

cada detalhe, cada nuance é sentida pelo cliente. Ele saiu de casa especialmente para essa viagem. Tudo é especial e apreciado em seus detalhes, e ele está pagando por isso, portanto deseja o melhor. Quando ele retorna, mentalmente estará completada uma avaliação sobre aquele núcleo turístico, sobre cujos defeitos ou qualidades ele se comprazerá em comentar com parentes ou amigos (1998 p. 54).

Deste ponto em diante analisar-se-ão indicadores do tripé já enunciado. Em um primeiro momento, os dados são provenientes da pesquisa de oferta e demanda produzida pela Secretaria de Turismo de Santos, durante os meses de verão, em pontos turísticos da cidade e em locais variados como, por exemplo, meios de hospedagem, entretenimento e alimentação. As tabelas a seguir podem apresentar dados de pesquisas de outros anos a fim de estabelecer parâmetros de comparação.

O surgimento de novos meios de hospedagem, especialmente de redes hoteleiras como é o caso do *site* que o Grupo *Accor* está implantando na praia do Gonzaga em Santos. Eis um indício de que o perfil do turista que visita a cidade está mudando, passando a utilizar os serviços turísticos locais. Diferentemente de anos anteriores, quando a cidade recebia basicamente excursionistas. Atualmente existem 2.746 leitos hoteleiros na região turística de Santos. No entanto, Cabe salientar que os principais meios de hospedagem utilizados são os extra-hoteleiros.

Tabela 1: Taxa de ocupação média da rede hoteleira de Santos nos meses de Dezembro, Janeiro e Fevereiro.

Média de Dezembro/Janerio/Fevereiro	05/06	06/07	07/08
Ocupação em %	69,70	75,73	72,18

Fonte: Secretaria de Turismo, Prefeitura Municipal de Santos

Verifica-se na tabela anterior, uma oscilação de ocupação média mínima nos anos referenciados. O litoral paulista detém aproximadamente **48,08%** dos imóveis desta categoria do Estado de São Paulo⁵, o que fatalmente interfere negativamente no desempenho de tal indicador. Eis a "superutilização" de residências secundárias como meio de hospedagem. Este

⁵ TULIK (2000: 82);

tipo de meio de hospedagem prejudica a rentabilidade da rede hoteleira local, além de pressionar o sistema de coleta e tratamento de esgoto e o abastecimento de água. Abada, ainda, fomentando um fluxo turístico indiferente à oferta de produtos e serviços turísticos.

A Agência Metropolitana (AGEM) foi criada pela Lei Complementar Estadual Nº 853, de 23 de dezembro de 1998 sob o intento de planejar a formalização da RMBS. A AGEM promoveu pesquisa para estimar os custos que as Prefeituras do litoral do Estado de São Paulo deveriam desembolsar nos próximos anos para mitigar os impactos da duplicação da Rodovia dos Imigrantes. Os dados, publicados pelo jornal "A Tribuna"⁶ prevêm custos na ordem de R\$216 milhões, principalmente para a Santos. Tais dispositivos são fundamentais no processo de desenvolvimento regional. Afinal, a exclusão social pode gerar problemas sócio-ambientais que até inviabilizariam o turismo. Por exemplo: crescimento desordenado, baixa qualidade habitacional, carências generalizadas em infra-estrutura, falta de segurança pública e serviços deficientes⁷.

Tem-se verificado que as viagens de curta distância (com deslocamento de até cinco horas) vêm ganhando mercado. Seja por causa do baixo tempo de deslocamento ou em detrimento da economia com deslocamentos mais curtos⁸. Essa predileção por locais mais próximos da residência habitual concorre à rápida saturação dos destinos e ao aparecimento de problemas estruturais⁹. Acredita-se viável desenvolver meios de atrair esta demanda de "final de semana" durante o período sazonal (inverno), a fim de reduzir a oscilação de turistas na cidade. Ao mesmo tempo, porém, tem-se que estimular o consumo na própria localidade. A política de turismo deve quebrar paradigmas e extrapolar os limites geográficos do município, seja na participação da cidade em eventos (turísticos ou não) ou na promoção de *famtour's*¹⁰. Retomando o enfoque da competitividade interurbana, Grinover esclarece:

Os principais atores políticos e econômicos locais deverão elaborar uma estratégia de antecipação aos novos requerimentos da economia global e da competitividade internacional, promovendo transformações na infra-estrutura urbana, na qualidade de vida e na formação de recursos urbanos, aliada a uma estratégia de *marketing* urbano

⁶ Publicado no dia 20 de março de 2002: A-5;

⁷ PETROCCHI (1998: 60);

⁸ LANGENBUCH apud. TULIK (2001: 57);

⁹ TULIK (2001: 57);

¹⁰ São viagens cedidas a profissionais do setor, jornalistas e formadores de opinião para conhecimento do destino e posterior divulgação do local;

que promova a cidade no exterior e dê condições para o planejamento da hospitalidade (2007 p. 73).

Uma prioridade é elaborar uma estratégia de fomento ao transporte coletivo, pois, assim como afirma Tulik, “a qualidade dessas rodovias deveria, em princípio, reduzir o tempo de percurso. Todavia, é preciso enfrentar os congestionamentos, um dos efeitos perversos do turismo de fim de semana” (2001 p. 58). Os Gestores do Turismo da cidade e da Baixada Santista devem "levar" os turistas de dentro dos apartamentos da orla para unidades habitacionais de meios de hospedagem hoteleiros.

Tabela 2: Origem dos visitantes

Quanto à origem	07/08
Interior de São Paulo e regiões	28,59
Capital	26,53
Outros estados	16,94
Costa da Mata Atlântica (RMBS)	12,10
ABC	11,92
Exterior	3,32
Vale do Ribeira	0,60

Fonte: Secretaria de Turismo, Prefeitura Municipal de Turismo.

Confirmando a tendência a viagens de curta duração¹¹, verifica-se que 51,15% dos turistas são provenientes de núcleos emissores próximos. Isso significa um dos aspectos que confirmam a mudança de perfil do turista que procura Santos. E é sobre o conhecimento deste novo perfil que De Rose refere-se apontando que “o conhecimento da demanda real ou potencial (que não se utiliza dos equipamentos de uma localidade) é de extrema importância para que o correto direcionamento do planejamento dos núcleos receptores de turismo” (2002 p. 43). Entretanto, é urgente salientar que esta explosão temporária de visitantes pressiona a infra-estrutura local, dimensionada para atender uma demanda, certas vezes, diminuta em relação à dimensão da população residente. Dias adverte que “o sucesso de captação de um fluxo turístico de curto prazo pode levar a uma ilusão de sucesso no planejamento, pois

¹¹ “O grupo hoteleiro Intercontinental (IHG) elaborou uma pesquisa tendo por base uma amostragem de cinco mil pessoas no Reino Unido, que consistiu na análise das preferências dos turistas, no que diz respeito aos períodos de férias. As conclusões apontam que “cada vez mais as famílias preferem períodos curtos de férias, em vez de longos”, revela em comunicado. No total, “52% dos inquiridos assegura que este ano não faz férias de duas semanas”, devido aos maiores custos que isto aporta, expressa a mesma fonte. As férias de três ou quatro dias começam a ganhar maior afluência, pois assim é mais fácil conciliar o trabalho com a vida familiar”. Disponível em: <<http://www.publituris.pt/2008/04/10/estudo-revela-que-turistas-preferem-ferias-mais-curtas-e-mais-vezes-por-ano/>> Acessado em 11 de abril de 2008;

representa num primeiro momento ótima captação de recursos”. Contudo, continua o autor, “significar a deterioração de todo o produto turístico” (2003 p. 55).

Tabela 3: Motivo da opção pela cidade

Quanto à opção por Santos	%
Praias	28,10
Já conhecia	21,30
Proximidade da origem	15,70
Visitar amigos/parentes	9,00
Boa Infra-estrutura	6,70
Férias	6,70
Atrativos turísticos	6,00
Negócios	2,20
Clima	2,20
Indicação da agência	1,10

Fonte: Secretaria de Turismo, Prefeitura Municipal de Turismo.

Aferi-se, a partir da tabela anterior, o ponto crucial de um dos objetivos da pesquisa. Conclui-se que o turista passou a procurar Santos por causa de sua boa infra-estrutura urbana, que incrementa a acessibilidade à praia; além disso, percebe-se que o turista não mais procura Santos em função do turismo a um baixo custo. Constituinte 6,70% da motivação da escolha, o número é bastante expressivo. Além disso, 28,10% dos turistas procuram a cidade de Santos em função de suas praias, neste passo, isso deve ser exaltado, pois sem condições salubres de lazer, as praias jamais despertariam interesse. É por isso que a presente pesquisa encara a boa infra-estrutura da cidade de Santos como fator de incremento e diferencial mercadológico no Turismo.

3 O MITO DA BALNEABILIDADE DAS PRAIAS DE SANTOS

Para a manutenção da qualidade ambiental como um todo é imprescindível a intervenção do Poder Público local na gestão e no controle dos fluxos turísticos a fim de melhor administrar o inchaço populacional dos meses de verão. Tornando assim, mais “fácil” obter bons índices de balneabilidade. A elaboração de políticas voltadas à proteção ambiental é de grande importância, ainda mais quando se trata de uma Estância Balneária como Santos. Conforme Ruschmann:

A preservação do meio depende de uma política turística eficaz que deve considerar, entre outros fatores, a condução racional da ocupação territorial pelas facilidades turísticas e equipamentos de lazer e o controle do seu crescimento desmesurado,

visando salvaguardar a atratividade e a originalidade das atrações para as gerações futuras (turismo sustentável) (2000 p. 69).

Observa-se, nesta citação, a presença de algumas palavras-chave como “preservação”, “política turística”, “condução racional da ocupação territorial”, “crescimento desmesurado”, “atratividade”, “originalidade” e “gerações futuras”. É importante perceber que as intervenções do Estado, seja na criação de políticas ou no cumprimento das leis, devem ser feitas de modo que conciliem o desenvolvimento socioeconômico e a conservação do ambiente natural. Isso implica, na racional e sadia utilização dos bens naturais. Um exemplo seria o controle da qualidade da água das praias. Alcança-se este controle por meio de investimentos em saneamento básico e ambiental. Nesta mesma esteira, Dias sugere, entre outras nove medidas para planos de desenvolvimento turístico, que

o ambiente urbano deve transmitir um aspecto saudável, com muito verde, praças e cuidados com a limpeza. Deve haver perfeita integração entre os espaços públicos e privados, lugares específicos para o trânsito de bicicletas quando a topografia o permitir, conservação dos atrativos naturais e culturais e uma permanente sensibilização dos moradores. Além de ser um aspecto fundamental de manutenção da qualidade de vida na cidade, é um importante argumento promocional” (2003 p. 170).

Conforme a CETESB¹², "balneabilidade é a qualidade das águas destinadas à recreação de contato primário, sendo este entendido como um contato direto e prolongado com a água (natação, mergulho, esqui-aquático, etc.), onde a possibilidade de ingerir quantidades apreciáveis de água é elevada¹³". Os parâmetros de qualificação das condições de balneabilidade das águas litorâneas foram estabelecidos pela Resolução CONAMA nº 274, de 29 de novembro de 2000.

Há diversos fatores que influenciam nas condições de balneabilidade de uma praia¹⁴. São eles: chuvas; efluentes domésticos; condições de maré; fisiografia¹⁵ da praia; existência de córregos em direção ao mar; aumento da população. É certo que tais informações, normalmente, não alcançam o conhecimento popular. Neste sentido, a pesquisa sugere que as ações de *marketing* de destinos canalizem, popularizem-nas. Sobre o tema, BeniI aponta que

¹² Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental

¹³ Extraído de www.cetesb.sp.gov.br (acessado em 13 de março de 2008);

¹⁴ Dados extraídos de exposição de monitor do Laboratório de Controle Ambiental da Prefeitura Municipal de Santos;

¹⁵ Dimensão, desenho;

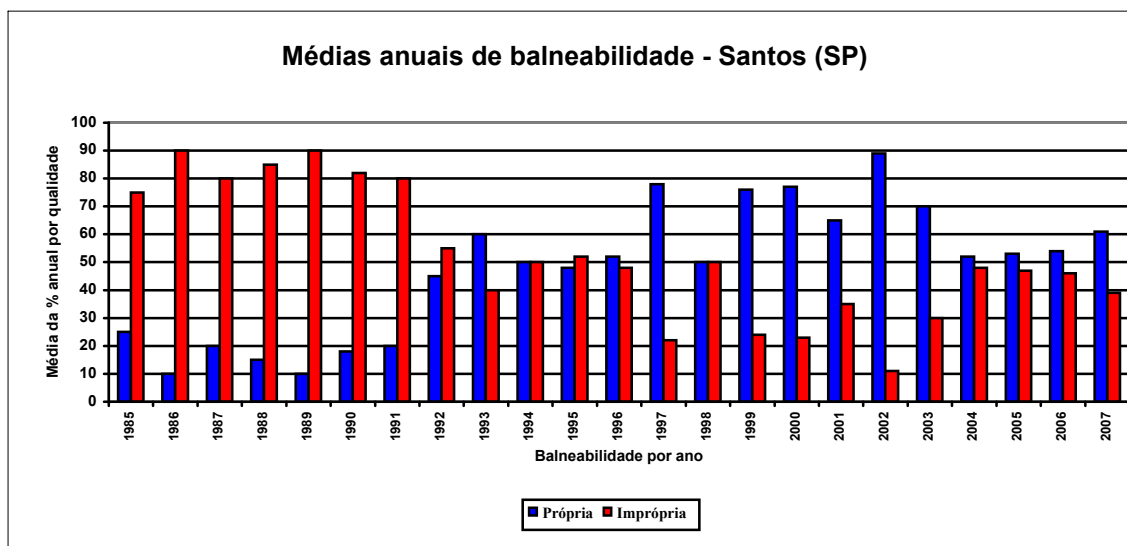
esta ferramenta “proporciona uma estrutura ou um referencial mais preciso para administrar a reputação total ou a identidade da destinação, e a maneira como essa reputação influencia a capacidade de um destino de atrair visitantes” (2006 p. 117).

Tendo em vista que entre 5 e 10 % das residências santistas são de ocupação ocasional¹⁶, os gestores da qualidade das águas possuem um agravante a ser sanado: a má utilização destas unidades. Se uma *kitnet* fora projetada para acomodar três pessoas, ela acaba sendo utilizada por um número muito maior do que este, pressionando em demasia o sistema de coleta, tratamento e disposição de esgotos. Comentando os impactos ambientais provocados pelo fluxo de turistas em núcleos receptores – sejam naturais, rurais ou urbanos – Dias aponta que “a poluição mais visível é a relacionada com o lixo humano, que afeta praias, rios e lagos com latas, garrafas, esgoto doméstico e industrial etc.” (2003 p. 56).

A seguir é apresentado gráfico que ilustra os índices de balneabilidade que as praias de Santos atingiram no intervalo entre os anos de 1985 e 2007. É importante observar a boa qualidade que a água atingiu neste prazo referente aos índices médios anuais de balneabilidade das praias de Santos. Tais índices foram obtidos a partir de análises Secretaria Municipal de Meio Ambiente, compartilhados com a CETESB.

¹⁶ Segundo TULIK (2001: IX), são meios de hospedagem extra-hotleiro, que não devem ser confundidos com domicílios fechados. Podem ser chamados também de “residência secundária” ou “segunda residência”;

Gráfico 1: Evolução das médias anuais das condições de balneabilidade das praias de Santos (SP): 1985 a 2007.



Fonte: www.cetesb.sp.gov.br (acessado em 13 de março de 2008).

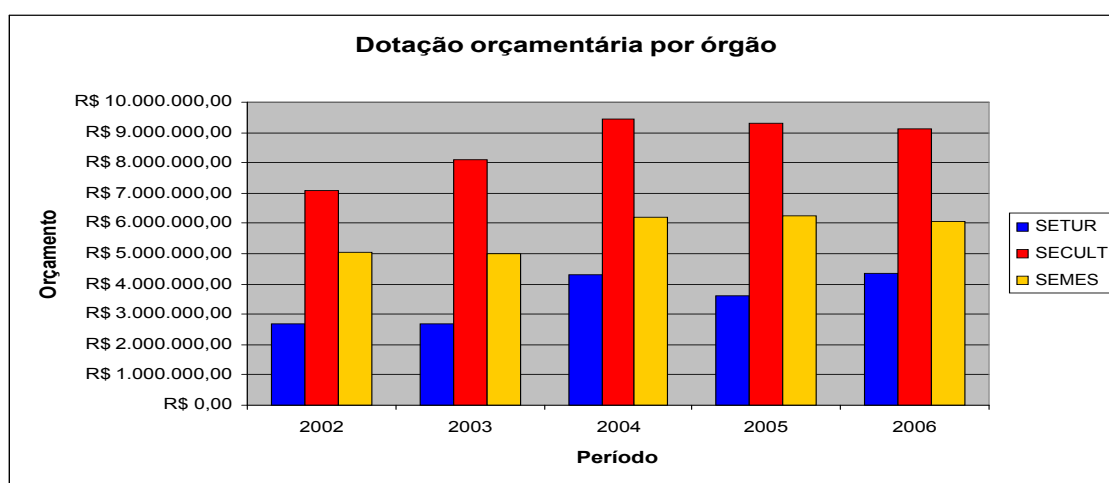
Desde que se iniciaram as medições jamais alcançou-se índices tão positivos quanto os de 2002. Foi a partir de 1994 que os índices começaram a se estabilizar, mas, ainda neste ano, os indicadores negativos eram elevados. Percebendo os índices da média total das praias por ano, pode-se notar sua evolução positiva. Fica o questionamento: o que tem contribuído para incorreremos no atual decréscimo dos índices positivos?

4 INVESTIMENTO PÚBLICO MUNICIPAL EM TURISMO

Para ilustrar o desenvolvimento econômico do município em atividades pertinentes ao turismo, diversos indicadores são passíveis de serem estudados. Esta pesquisa recorrerá ao histórico das cifras orçamentárias destinadas às secretarias municipais de Turismo (SETUR), Esporte (SEMES) e Cultura (SECULT), estabelecendo um comparativo. O período analisado refere-se aos anos de 2002 a 2006. É importante destacar que até o ano de 2001 as secretarias de Turismo e Esportes dividiam um mesmo orçamento e que à ocasião do desenvolvimento desta pesquisa a dotação orçamentária de 2007 ainda não estava oficialmente publicada. É provável que a relação entre desempenho e volume de investimentos na pasta de turismo seja diretamente proporcional. Assim, estas dotações não deveriam ter cunho partidário, mas

corporativo, institucionalizado. “O planejamento estratégico surge com a necessidade das organizações se adaptarem às constantes mudanças do ambiente, estabelecendo de forma estratégica as ações a serem desenvolvidas para o futuro¹⁷”. O gráfico 2 apresenta a comparação entre tais orçamentos:

Gráfico 2: Evolução das dotações orçamentárias das secretarias municipais de Turismo, Esportes e Cultura: 2002 a 2006.



Fonte: www.investsantos.com.br (acessado em 17 de março de 2008).

Normalmente, as secretarias municipais compartilham seus orçamentos na promoção de ações integradas. No caso apresentado, a discrepância entre os órgãos é exacerbada. Sobretudo quando são comparadas as pastas de cultura e turismo. Acredita-se que a falta de investimentos poderia ser compensada por meio de parcerias com empresas locais. Possivelmente a privatização de alguns serviços e atrativos direcionaria a região a um caminho de profissionalização e de maior competitividade.

Uma possibilidade é a criação de um conselho e um fundo municipal de turismo para subsidiar ações do município. Outra, o fortalecimento de associações independentes referentes aos diversos atores do turismo. Sobre o fator “competitividade” no segmento, Flores observa que “a palavra de ordem, que até algum tempo era previsibilidade, em que tudo era obedecido dentro de padrões rígidos, hoje o enfoque tem como palavra-chave competitividade, ou seja, é preciso inovar constantemente para acompanhar as mudanças do mercado” (2002 p. 09).

¹⁷ COSTA, LOCH, SCHENINI e SOUZA (2006: 98);

Reitera-se que a concorrência existe entre destinos, atrativos locais ou globais, prestadores de serviços e assim por diante. Ela é global, complexa e não possui lógica, parâmetros.

Aqui surge uma ponte aos estudos de planejamento turístico. Este trabalho propõe-se à subsidiar os tomadores de decisão na eleição de suas prioridades de ação. Neste passo, toma importância melhor compreender os processos de administração territorial e comercial do turismo. Ruschmann escreve que “o planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento turístico equilibrado e em harmonia com os recursos físicos [praias], culturais [caiçara] e sociais [estilo de vida praiano] das regiões receptoras, evitando, assim, que o turismo destrua as bases que o fazem existir” (1997 p. 10). No caso da RMBS, verifica-se que cada prefeitura tem atuado em um sentido. O Santos e Região Convention & Visitors Bureau vem buscando convergir as intervenções e investimentos no setor de modo a comercializar a região como um produto unificado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de oferta e demanda oferece dados aos tomadores de decisão, tanto da iniciativa privada, quanto do poder público; subsídios para estabelecerem as prioridades de ação, intervenção e/ou investimento. O fato de promover uma pesquisa de tal dimensão pode conferir credibilidade ao governo municipal. Este é o primeiro ponto para um desenvolvimento regional que pretenda sustentável.

Os índices de balneabilidade verificados corroboram a idéia de que a “limpeza das praias” deixaram de ser entrave ao desenvolvimento turístico da região. Desde 1996 as águas das praias de Santos passaram a apresentar índices positivos. Atingindo o pico positivo no ano de 2002. Atualmente, tais índices têm decrescido. Sobre esta direta relação turismo & meio ambiente, Ruschmann afirma que este relacionamento “dá mais espaço para polêmica do que para a observação e a análise dos efeitos do primeiro sobre o segundo” (1999 p. 50). Neste passo, esta pesquisa fomenta a resposta aos seguintes questionamentos: Quais fatores contribuíram para isso? Será a “nova” explosão demográfica? Será a “nova” corrida imobiliária? As prioridades estabelecidas estão em ordem correta? Os indicadores observados são os ideais?

As dotações orçamentárias das secretarias analisadas são bastante discrepantes. No caso da SETUR – que apresenta menor recepção de divisas – o caso talvez seja um pouco mais confortável por vários motivos. Há condições de receber repasse do governo do Estado, por meio do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias; existe espaço para privatizações de equipamentos turísticos do município e da região. Além disso, acaba se beneficiando por eventos esportivos que atraem público visitante e pela programação cultural, que provoca movimentação de visitantes também. Entre outras.

Acredita-se que o mais importante no momento atual do turismo na RMBS é que os municípios estão tendo investimentos conexos. Similares. As prioridades são muito parecidas em cada um dos municípios, assim como as dificuldades (transportes, imigração, violência, balneabilidade, por exemplo). A regionalização do turismo na RMBS promete compassar os investimentos e a melhoria da qualidade de vida das populações locais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- COMPANHIA PAULISTA DE SANEAMENTO BÁSICO E AMBIENTAL. Disponível em: <<http://www.cetesb.sp.gov.br>> Acessado em 17 de março de 2008.
- COSTA, Alexandre Marino; LOCH, Carlos; Pedro Carlos, SCHENINI; SOUZA, Daniel Augusto de. Contribuições do cadastro técnico multifinalitário para a gestão municipal. In: **Planejamento, gestão e legislação territorial urbana: uma abordagem sustentável**. Florianópolis: Papa livro, 2006.
- DE ROSE, Alexandre Turatti. **Turismo: planejamento e marketing**. Barueri, SP: Manole, 2002.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- FLORES, Paulo Silas Ozores. **Treinamento em qualidade: fator de sucesso para desenvolvimento de hotelaria e turismo**. São Paulo: Roca, 2002.
- GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.
- Jornal "A Tribuna", Ano 108, nº297, 26 de janeiro de 2002.
- _____, Ano 108, nº360, 20 de março de 2002.
- MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.
- PETROCCHI, Mário. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PUBLITURIS: o site da indústria do turismo. Disponível em: <
<http://www.publituris.pt/2008/04/10/estudo-revela-que-turistas-preferem-ferias-mais-curtas-e-mais-vezes-por-ano/>> Acessado em 11 de abril de 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS (SP). Disponível em: <
<http://www.investsantos.com.br/>> Acessado em 17 de março de 2008.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas (SP): Papirus, 1997.

_____. Planejamento e ocupação do território através da expansão da atividade turística: condicionamentos básicos a partir da questão ambiental. In: **Turismo e ambiente**: reflexões e propostas. São Paulo: Hucitec, 1999.

TULIK, Olga. **Turismo e meios de hospedagem: casas de temporada**. São Paulo: Roca, 2001.