

Artigo:

**O TURISMO RECEPTIVO DE ILHÉUS (BAHIA) NA BAIXA ESTAÇÃO
DO ANO DE 2005**

Autores:

Cristiane Aparecida de Cerqueira¹
Laura Angnes²
Nataly Ferreira Longuinho³

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a Revista Cultura & Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: revistacet@hotmail.com

A revista CULTUR é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

CULTUR – Revista de Cultura e Turismo

CULTUR, v. 01 – n. 01 – out/2007

Edição Especial – Melhores trabalhos do I CULTUR

www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

¹ *Mestre em Ciências (Economia Aplicada) – Esalq/USP, Especialista em Economia Regional (UESC) Graduada em Ciências Econômicas (UFV) Coordenadora da Pós-Graduação em Economia de Empresas (UESC) e Prof^a Assistente do Departamento de Ciências Econômicas da UESC. E-mail: cris_cerqueira@yahoo.com.br*

² *Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus - Bahia. E-mail: laurangnes@hotmail.com*

³ *Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, – UESC, Ilhéus - Bahia. E-mail: natyfelong@yahoo.com.br*

RESUMO

Para analisar o turismo de Ilhéus, na baixa estação, identificando o perfil do turista e sua avaliação sobre a oferta turística, este estudo fundamentou-se nos dados da Bahiatursa, analisados através da estatística descritiva. Os resultados apontam que o maior fluxo é de brasileiros do Sudeste, influenciados por comentários de parentes e amigos e ficam alojados em residências de conhecidos. Parcela significativa registra rendimentos elevados e dividem-se quanto o julgamento dos níveis de preço. Os passeios e os negócios são as principais motivações. A maioria está satisfeita com a hospitalidade e os atrativos naturais, entretanto declaram que o patrimônio histórico-cultural e as manifestações populares devem ser mais explorados. O destino necessita ampliar o tipo e abrangência de divulgação, investir em urbanização, limpeza pública, entretenimento e principalmente em equipamentos e serviços necessários ao turismo de negócios. Estas ações podem estimular a viagem e permanência dos turistas e trazer benefícios à comunidade ilheense.

PALAVRAS-CHAVE

Demanda turística; oferta turística; satisfação do consumidor.

ABSTRACT

To analyze the tourism of Ilhéus, in the low station, identifying the tourist's profile and its evaluation on the tourist offer, this study was based in the data of Bahiatursa, analyzed through the descriptive statistics. The results point that the largest flow belongs to Brazilians of the Southeast, influenced by relatives' comments and friends and they are housed in acquaintances' residences. A significant parcel registers high incomes and it divides the opinion about the judgement of the price levels. The travels and the businesses are the main motivations. Most is satisfied with the hospitality and the natural attractions, however they declare that the historical-cultural patrimony and the popular manifestations should be more explored. The destiny needs to enlarge the type and popularization inclusion, to invest in urbanization, public cleaning, entertainment and mainly in equipments and necessary services to the tourism of businesses. These actions can stimulate the trip and the tourists' permanence and to bring benefits to the community of Ilhéus.

KEYWORDS

Tourist demand; tourist offer; consumer's satisfaction.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um ramo do setor terciário que ao longo dos anos tem apresentado grande relevância no funcionamento da economia. Os aspectos benéficos de tal atividade têm atraído um número considerado de localidades com interesse em desenvolvê-la, objetivando ampliar o nível produtivo, e, conseqüentemente, ocasionar emprego, renda e melhoria da qualidade de vida à sociedade.

O aumento da demanda no mercado local é a causa principal por tais efeitos que, em contrapartida, influencia a expansão da produção de bens e serviços. Por isso, uma série de empresas é convocada para participar na geração de produtos que possibilitem a satisfação das necessidades dos turistas, tais como a de alimentação, transporte, hospedagem e entretenimento. Dessa maneira, a atividade turística tem implicado em variações positivas nos outros setores econômicos.

Com respeito à demanda turística, esta pode ser definida pela quantidade de produtos que os turistas estão dispostos a adquirir por um preço, em determinado tempo. Os agentes consumidores confrontados com restrições orçamentárias serão influenciados pela variável preço na tomada de decisões sobre o quê e quanto consumir. Mas levam em consideração, também, os preços de outros produtos turísticos (complementares e substitutos), renda, gostos e preferências e propaganda (LAGE; MILONE, 2000).

Por outro lado, a quantidade de produtos colocados à disposição dos turistas pelas empresas, a oferta turística, é diretamente proporcional ao preço, devido ao principal objetivo dos agentes ofertantes – o lucro. Contudo, esses agentes analisam outros fatores, como o preço dos fatores de produção, as inovações tecnológicas e o governo (LAGE; MILONE, 2000).

A oferta turística é constituída de três fatores: primeiramente, atrativos turísticos, elementos que motivam o deslocamento do turista do seu local de residência; segundo fator, os equipamentos e serviços, que envolve a estrutura montada para promoção da atividade turística, como meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, etc.; terceiro fator, a infra-estrutura de apoio, conjunto de obras e instalações que proporcionam o acesso dos turistas, como serviços urbanos, serviços de comunicações e transportes (COOPER et. al, 2001).

A oferta turística, no entanto, necessita de estrutura organizada levando em conta as profundas transformações no mercado turístico cada vez mais competitivo. E, além disso, do próprio comportamento dos turistas, mais críticos e exigentes diante do que lhes é ofertado. Dessa maneira, excelentes serviços prestados, número de atrativos oferecidos e infra-estrutura adequada influenciam a demanda turística.

É válido ressaltar que, muitos dos bens e serviços produzidos para atender as necessidades turísticas podem, também, ser utilizados por consumidores não turísticos. Portanto, todos os agentes que formam o mercado experimentam maior nível de bem-estar social.

Sendo assim, este trabalho pretende analisar o turismo receptivo de Ilhéus (Bahia), em maio de 2005. Inicialmente, objetiva-se identificar o perfil do turista que se deslocou para o município. Em seguida, avaliar a oferta turística com respeito aos seus atrativos, equipamentos e serviços, e a infra-estrutura de apoio turístico.

2. METODOLOGIA

O município de Ilhéus situa-se no sul da Bahia, integra a microrregião Ilhéus–Itabuna (antes designada como microrregião cacauceira), e é caracterizado por apresentar um clima tropical úmido e subúmido, com temperaturas médias anuais variando entre 22° a 28° e pluviosidade anual em torno de 1.000mm, chegando a alcançar 2.300mm. O município tem uma área de 1.847,7 km², com uma população de 221.883 habitantes. Encontra-se limitado ao norte com os municípios de Aurelino Leal, Itacaré e Uruçuca, ao sul com o município de Una, ao sudoeste com Itabuna e Buerarema, ao oeste com Itajuípe e Coaraci, ao noroeste com Itapitanga e ao leste com o Oceano Atlântico (IBGE, 2006).

O estudo fundamentou-se na pesquisa documental, pois foi produzido a partir de documentos oficiais, das “Pesquisas de Turismo Receptivo”, realizadas no mês de maio do ano de 2005, pela Empresa Baiana de Turismo (BAHIATURSA), órgão oficial de turismo do Estado.

Com respeito à demanda turística algumas variáveis foram analisadas, tais como, sexo, idade, residência permanente, principal ocupação, grau de escolaridade, meios de hospedagem, motivo e influência da viagem. Por outro lado, as avaliações realizadas pelos turistas consideraram alguns elementos da oferta turística, como os atrativos turísticos (atrativos naturais, patrimônio

histórico-cultural e manifestações populares), equipamentos e serviços (hospitalidade do povo, comércio, diversões, e etc.) e infra-estrutura (meios de comunicações, limpeza pública e urbanização).

Para a análise destes dados, foi utilizado o método estatístico descritivo. Este método, por meio do cálculo de média, proporção, moda e etc., compreendem a “organização, o resumo e a descrição dos dados [...] para que posteriormente, possam ser utilizados nas discussões de caráter descritivo ou analítico no relatório de pesquisa” (LIMA, 2004, p. 73).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir dos dados coletados é possível discriminar o perfil do turista destinado ao município de Ilhéus na baixa estação do ano de 2005. Quanto ao sexo e a idade dos turistas constata-se que o masculino se sobrepõe ao feminino com 67,68% dos abordados, enquanto que, a faixa etária entre 26 a 35 anos (39,2%) e entre 36 a 50 anos (28,4%) são as mais registradas (TABELA 1).

Tabela1 – Perfil do turista presente em Ilhéus (Bahia), em maio de 2005

Perfil	(%)	Perfil	(%)
Sexo		Escolaridade	
Masculino	67,68	Nível Fundamental	3,05
Feminino	32,32	Nível Médio	48,17
		Nível Superior	42,07
		Pós-Graduação	6,10
Faixa etária		Ocupação principal	
14 a 17	0,00	Profissional Liberal	16,5
18 a 25	17,60	Comerciante	15,2
26 a 35	39,20	Industriário	12,2
36 a 50	28,40	Comerciário	11,6
51 a 65	10,80	Funcionário Público	10,4
Mais de 65	4,10	Outros	34,1

Fonte: BAHIATURSA (2005)

De acordo com a Tabela 1 existe uma parcela significativa de turistas com condições sociais mais elevadas dado que as principais ocupações são as profissões liberais (médicos, advogados e engenheiros), expressando 16,5% do total, seguido de comerciantes (15,2%), industriários (12,2%), comerciários (11,6%) e funcionários públicos (10,4%). Com respeito ao grau de escolaridade os resultados apontam, preponderantemente, para o nível médio (48,17%) e grau superior (42,07%). O nível fundamental e a pós-graduação apresentam os menores resultados.

Quanto ao turismo receptivo internacional, os países que se destacam são, primeiramente, os Estados Unidos com 50% do fluxo, em seguida, com 33,3% dos resultados surge Portugal e, por último, a França, com 16,7% de participação. Nota-se que a influência do turismo receptivo internacional é bastante tímida quando confrontado com sua representação mundial. A participação dos Estados Unidos é representativa de apenas 1,8% da totalidade do fluxo turístico ilheense. O percentual de Portugal e da França converte-se em, respectivamente, 1,2% e 0,6% do fluxo turístico total. Portanto, conforme os dados apresentados, em Ilhéus é predominante o turismo doméstico (FIGURA 1).

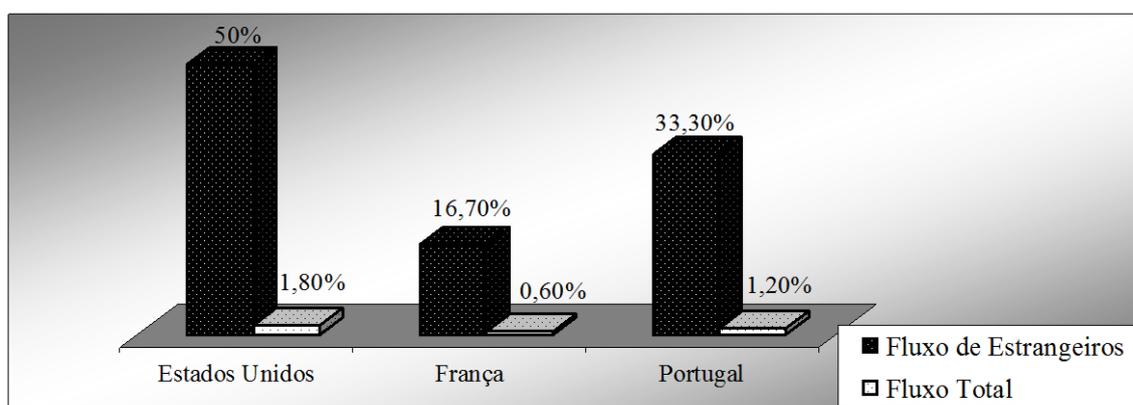


Figura 1 – Turistas estrangeiros em Ilhéus (Bahia), em maio de 2005, segundo a residência permanente.
Fonte: BAHIATURSA (2005).

Observando a Tabela 2, segundo a residência permanente dos turistas tomando por base as regiões brasileiras, verifica-se que é da Região Sudeste a origem do maior fluxo turístico correspondendo a 82% dos entrevistados. Poucos turistas são originados das regiões Nordeste (6,6%), Centro-Oeste (6,6%) e Sul (4,8%).

Tabela 2 – Principais regiões, estados e municípios de origem do turista brasileiro presente em Ilhéus em maio de 2005

Origem	(%)	Origem	(%)
Principais Regiões e Estados do Brasil		Principais Municípios da Bahia	
Nordeste	82,0	Salvador	51,2
Bahia	54,4	Vitória da Conquista	10,5
Centro Oeste	6,6	Jequié	8,1
Distrito Federal	1,3	Feira de Santana	07
Sudeste	6,6	Jaguaquara	3,5
São Paulo	21,5		
Sul	4,8		
Rio Grande do Sul	1,3		

Fonte: BAHIATURSA (2005)

Com relação aos principais estados o maior fluxo de turistas é originado do Estado da Bahia (54,4%) e do Estado de São Paulo (21,5%). Da Bahia o município de Salvador destaca-se com 51,2% do total, seguido por outros municípios que não possuem praia como Vitória da Conquista (10,5%), Jequié (8,1%) e Jaguaquara (3,5%) (TABELA 2).

Segundo a Tabela 3, os meios de hospedagem mais utilizados pelos turistas são: casa de parente ou amigo (31,10%), hotel (26,8%) e pensão/hospedaria (23,8%). No que diz respeito aos turistas segundo a renda e o tipo de hospedagem, os dados apontam que os turistas com menores faixa de renda, em torno de 1 a 3 e 3 a 5 salários mínimos, ficam hospedados, na sua maioria, na casa de parentes e amigos (47,06% e 41,67%, respectivamente).

Conforme o aumento da faixa de renda o meio de hospedagem se altera atendendo as necessidades de um público com maior poder aquisitivo. Os turistas com 5 a 10 salários optam por hotéis (33,96%) e pensão/hospedaria (28,3%). Quase metade dos indivíduos com 10 a 20 salários mínimos prefere os hotéis (42,86%), em seguida pensões e hospedarias (25%). Uma minoria destes ficam alojados na casa de parentes e amigos, pousada e casa ou apartamento de aluguel. A maioria (53,85%) dos turistas com maior poder aquisitivo, mais de 20 salários mínimos, preferem ficar alojados nos hotéis (53,85%). Os turistas sem rendimento, em especial estudantes, são um público que em grande parte (78,26%) alojam-se na rede extra-hoteleira porque ficam hospedados em casas de parentes e amigos.

Tabela 3 - Turistas em Ilhéus (Bahia), em maio de 2005, segundo hospedagem e renda, em percentual (%).

Hospedagem	(%)	Renda Média (R\$)	Faixa de Renda (em salários mínimos – SM)					Sem Renda
			1 a 3	3 a 5	5 a 10	10 a 20	Acima de 20	
Casa Parentes/Amigos	31,1	688,00	47,06	41,67	18,87	10,71	15,38	78,26
Hotel	26,8	1.227,00	11,76	4,17	33,96	42,86	53,85	4,35
Pensão/Hospedaria	23,8	850,00	23,53	29,17	28,30	25,00	7,69	17,39
Pousada	10,4	979,00	11,76	16,67	9,43	14,29	13,38	0,00
Casa/Ap ^{to} Própria	3,0	1.144,00	0,00	4,17	3,77	3,57	7,69	0,00
Casa/Ap ^{to} Aluguel	4,3	759,00	5,88	4,17	3,77	3,57	0,00	0,00

Fonte: BAHIATURSA (2005).

Os turistas hospedados em casas de parentes e amigos possuem a menor renda média, R\$688,00. Os hospedados em casas ou apartamentos de aluguel, pensões ou hospedaria e pousadas possuem renda média de R\$759,00, R\$850,00 e R\$979,00, consecutivamente. Os turistas alojados hotéis e que possuem casa própria em Ilhéus compreendem os turistas com rendas mais elevadas, estando acima de R\$1.000,00 (TABELA 3).

Na baixa estação, os principais motivos do deslocamento dos turistas a Ilhéus são os passeios e os negócios com, respectivamente, 45,12% e 32,93%. As visitas a parentes e amigos motivam parte significativa (18,9%) dos entrevistados mas o motivo saúde não tem atraído muitas pessoas (FIGURA 2).

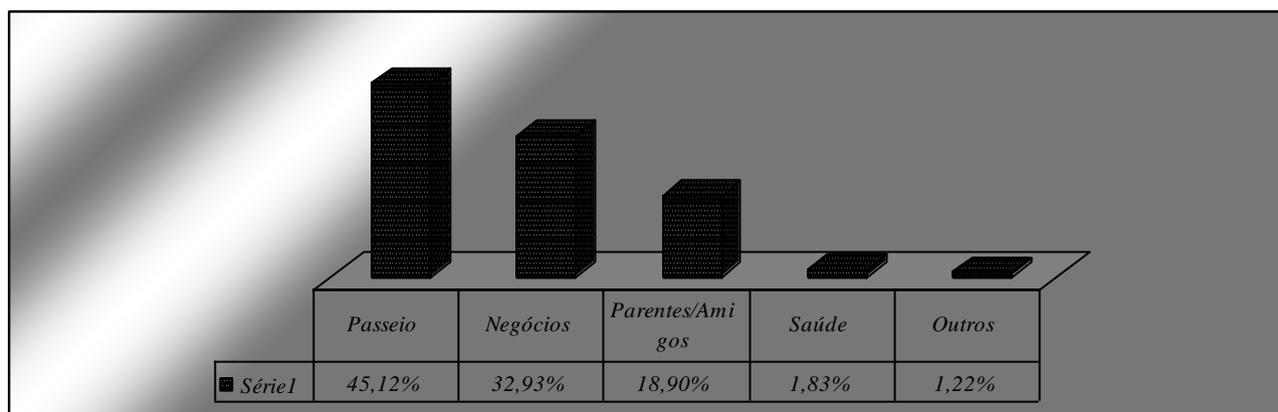


Figura 2 – Turistas em Ilhéus (Bahia), em maio de 2005, segundo motivo de viagem.

Fonte: BAHIATURSA (2005).

Segundo as informações apresentadas na Figura 3, na média os turistas consideram os preços praticados normais, com destaque para a Região Norte. Sendo válido ressaltar que os turistas da Região Norte e Centro-Oeste não apresentam sinais de insatisfação com relação aos preços adotados em Ilhéus. Porém ao se dirigir às regiões do Sudeste e Sul do país, os turistas ficam insatisfeitos nesse quesito, avaliando os preços como sendo elevados. A maioria (66,7%) dos turistas estrangeiros consideram os preços elevados tendo o maior grau de desaprovação. Como o fluxo mais significativo para o turismo ilheense é oriundo da Região Sudeste é necessário ser cuidadoso com relação ao quesito preço, pois poderá ser um fator coibitivo da demanda turística para o município.

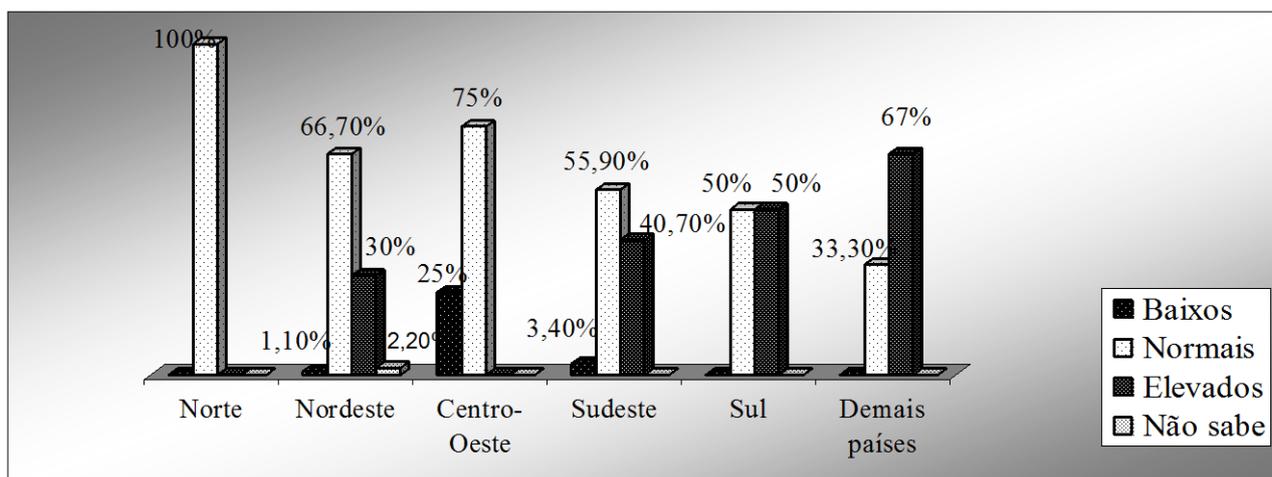


Figura 3 – Avaliação dos preços dos bens e serviços, segundo a residência permanente dos turistas de Ilhéus (Bahia), em maio de 2005.

Fonte: BAHIATURSA (2005)

A Figura 4 revela que os turistas que vem a Ilhéus influenciados por comentários de parentes e amigos, em sua maioria (66,7%), são originários da Região Centro-Oeste. Já a propaganda tem influenciado mais os turistas da Região Sul (33,3%). É importante destacar uma parte da propaganda que tem se tornado nos últimos anos o meio de comunicação mais usual dos indivíduos, a *internet*, esta tem impulsionado, principalmente, os turistas da Região Centro-Oeste (33,3%) e turistas estrangeiros (25%). Ademais, as agências têm influenciado a viagem dos turistas estrangeiros (75%) e dos turistas da Região Sudeste (25%).

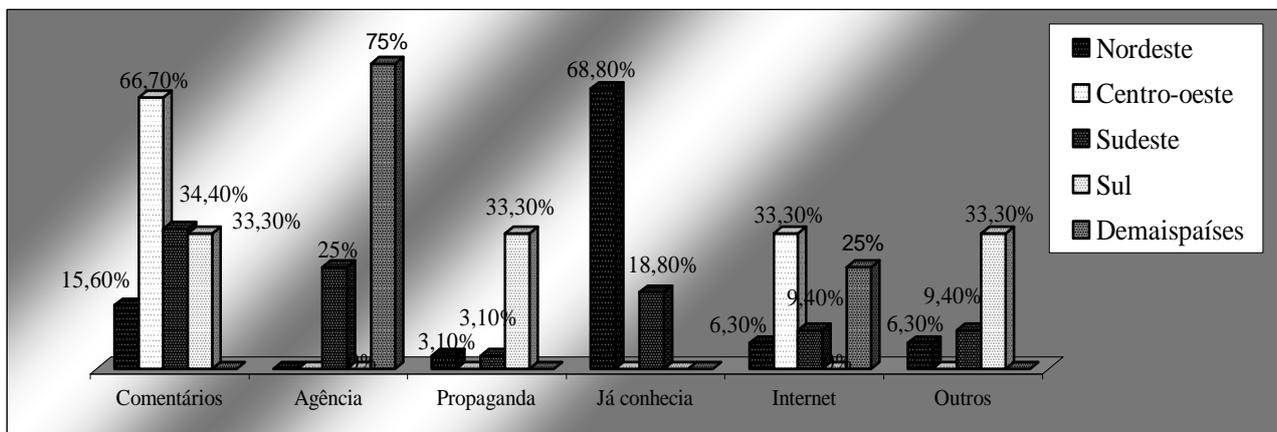


Figura 4 – Turistas em Ilhéus (Bahia), no mês de maio de 2005, segundo o meio que influenciou a viagem e residência permanente.

Fonte: BAHIATURSA (2005).

Da oferta turística os atrativos naturais satisfazem as expectativas de quase todos (97%) entrevistados. Quanto ao patrimônio histórico/cultural, pouco mais da metade dos turistas (53%) o avaliam como bom, no entanto, precisa ter melhorias, visto que 31,7% dos turistas o consideram regular. Já as manifestações populares apresentam resultados preocupantes, pois 55% dos turistas não sabem avaliar, talvez porque, não as conhecem. Investimentos quanto a esses últimos quesitos é fundamental para que as visitas turísticas possam ser regulares e satisfatórias (FIGURA 5).

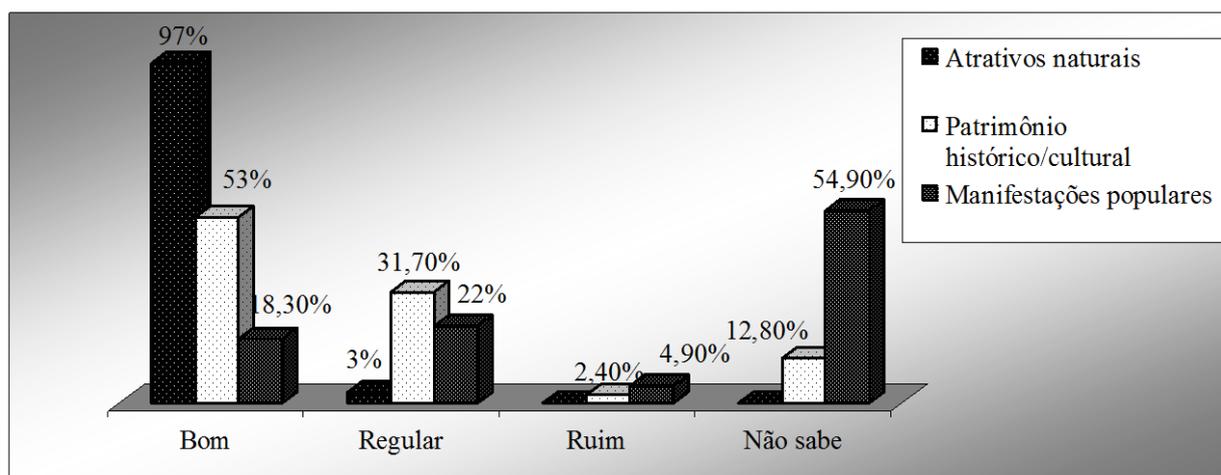


Figura 5 – Atrativos, segundo avaliação dos turistas em Ilhéus (Bahia) no mês de maio de 2005

Fonte: BAHIATURSA (2005).

No quesito hospitalidade do povo os turistas o consideram bom com 80% da opinião dos abordados. Os equipamentos de lazer é um quesito que a maioria dos turistas (64,6%) não avaliam por falta de conhecimento. As diversões noturnas necessitam de mudanças e incentivos por parte da empresa privada, pois 38% dos turistas não estão cientes das atrações oferecidas e 26% consideram regular. A avaliação do comércio é considerada pela maior parte maior parte (39%) dos turistas como regular. Com respeito ao serviço de guias de turismo, 89% dos abordados o desconhecem (TABELA 4).

Tabela 4 - Avaliação dos turistas, quantos aos equipamentos e serviços, em percentual (%)

Equipamentos e serviços	Bom	Regular	Ruim	Não sabe
Equipamentos de lazer	13,4	17,1	4,9	64,6
Hospitalidade/povo	79,9	17,7	1,2	1,2
Guias de turismo	7,3	3,7	0,0	89,0
Comercio / compras	30,5	39,6	11	18,9
Diversões noturnas	12,8	26,2	22,6	38,4

Fonte: BAHIATURSA (2005).

Os turistas que visitam a cidade de Ilhéus mostram que estão satisfeitos quanto à infraestrutura urbana da cidade. O sistema de comunicações é o que mais agrada os turistas que na sua maioria, 45%, classificam esse sistema como bom e apenas 1% dos turistas pesquisados classificam o sistema como ruim, o que chama a atenção é a quantidade de turistas, cerca de 30%, que não sabem falar a respeito do respectivo sistema. Com respeito a urbanização, a avaliação mostra que o governo deve investir mais no respectivo setor uma vez que 37% dos turistas o classificam como bom e mais da metade, 50,60%, acham que o setor é regular. A limpeza pública no geral corresponde às expectativas do turista que visita a cidade já que 43,30% aprovam o serviço de limpeza como bom, seguido de 37,20% que classificam o serviço como regular e apenas 1,80% dos turistas não se agradam com o serviço, avaliando-o como ruim (FIGURA 6).

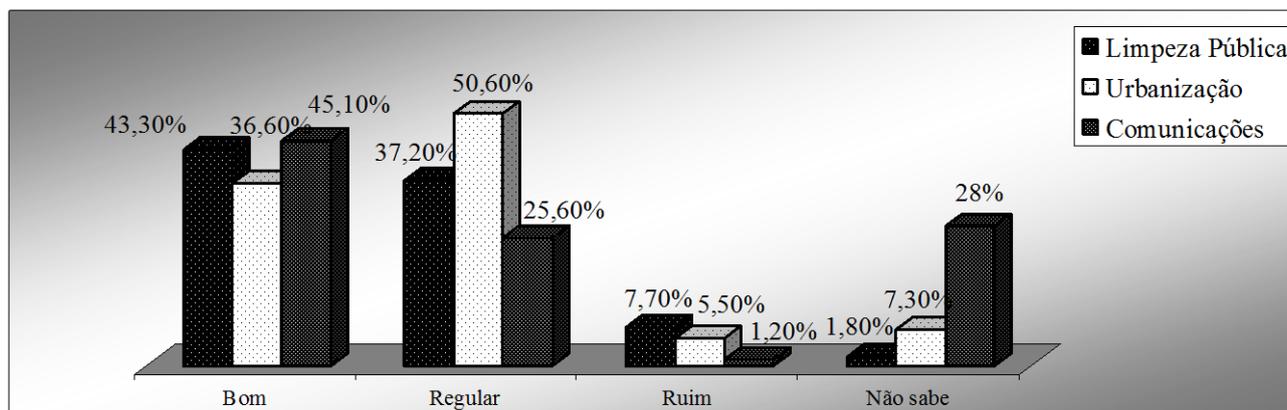


Figura 6 – Avaliação dos turistas quanto à infra-estrutura urbana de Ilhéus (Bahia), em maio do ano de 2005.
 Fonte: BAHIATURSA (2005).

De acordo com a Figura 7, para os turistas que visitam a cidade de Ilhéus as praias são os itens que mais agradam com 32,1% da preferência, seguidas pelas belezas naturais que tem uma preferência de 28,8% dos turistas. O clima é o que menos agrada aos turistas (3,8%), por conta de a pesquisa ter sido realizada no mês de maio, período de chuvas.

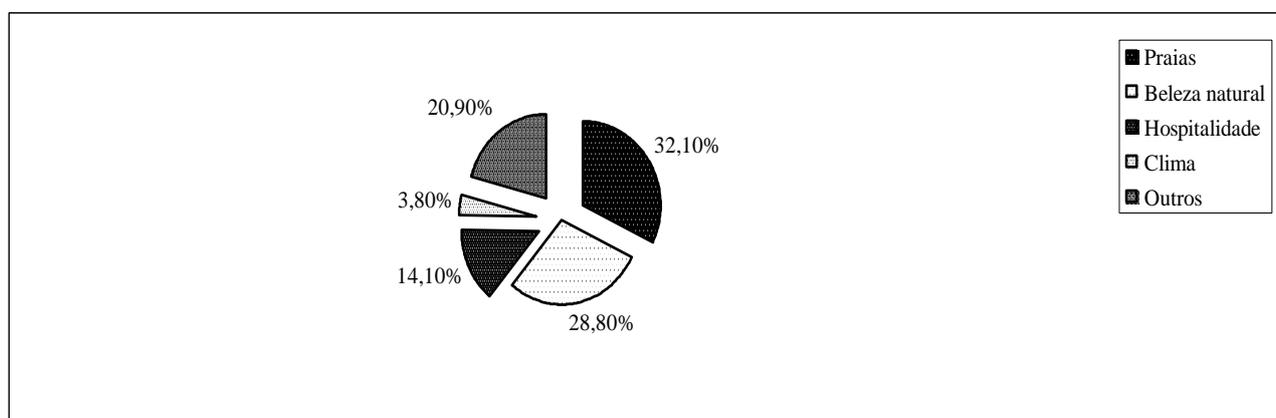


Figura 7 – Itens que mais agradou o turista em Ilhéus (Bahia), em maio do ano de 2005.
 Fonte: BAHIATURSA (2005).

Dentre os itens que mais desagradam os turistas que visitam a cidade no mês de maio ficam as opções de divertimento e limpeza pública ambas com 22,8% de insatisfação; a segurança e o comércio também são criticados pelos turistas com respectivo índice de insatisfação de 9,8% e 7,3%. Essa avaliação mostra que a iniciativa privada deve investir em mais opções de entretenimento e o governo deve está atento em melhorar o quesito limpeza pública com o objetivo de satisfazer os anseios dos turistas (FIGURA 8).

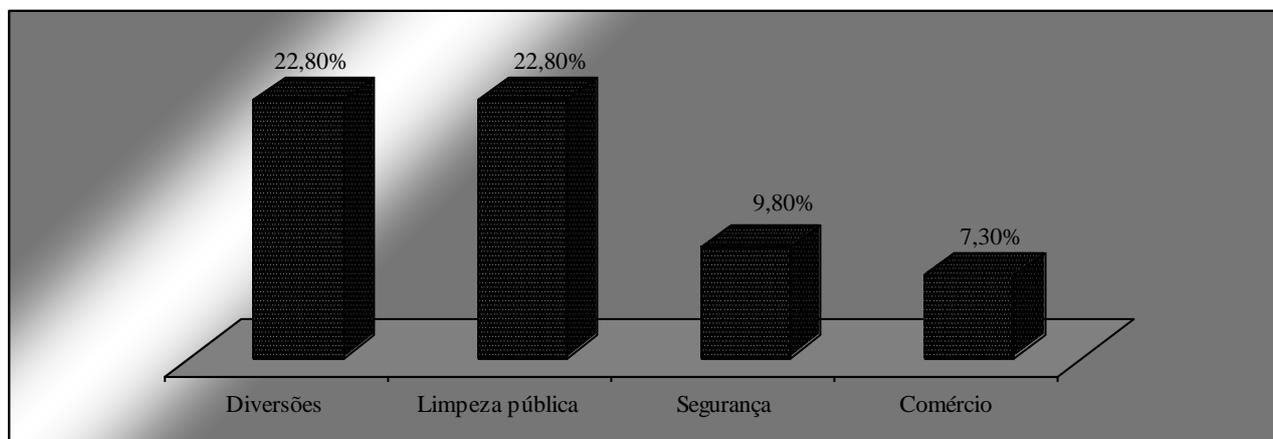


Figura 8 – Itens que mais desagradou o turista em Ilhéus (Bahia), em maio do ano de 2005.
Fonte: BAHIATURSA (2005).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, a partir das informações coletadas pode-se inferir que alguns aspectos da oferta turística precisam de investimentos, se existe o real interesse em desenvolver a atividade turística no município de Ilhéus. O patrimônio histórico-cultural e as manifestações populares devem ser mais explorados, devido a seu potencial como bem divulgado pela literatura e a mídia. Com respeito à infra-estrutura, o governo precisa investir em urbanização e limpeza pública, itens criticados e que determinam o desempenho da atividade.

A iniciativa privada juntamente com o poder público deve ampliar os entretenimentos, pois esse quesito tem sido alvo de insatisfação. Na baixa estação o destino precisa se adequar para receber bem o turista que vem realizar negócios. Todos esses fatores considerados podem estimular o deslocamento e permanência dos turistas, que conseqüentemente poderá trazer benefícios à comunidade ilheense na forma de geração de emprego, renda e qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

- BAHIATURSA – Empresa de Turismo da Bahia S/A. **Turismo receptivo de Ilhéus**: maio de 2005.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 1998.
- COOPER, Chirs; et al. **Turismo: princípios e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: Macgraw, 1997.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Disponível em :
<<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/htm>.> Acesso em: 17 de jul. 2006.
- LAGE, B. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LIMA, M. C. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- WIKIPÉDIA: A Enciclopédia Livre. Disponível em: <<http://www.pt.wikipedia.org.br>> Acesso em: 17 jul. 2006.

Recebido: Janeiro de 2007

Avaliado: Fevereiro e Março de 2007

Aprovado: Indicado como um dos melhores trabalhos do I CULTUR - Março de 2007