

## O TURISMO RECEPTIVO DE ILHÉUS (BAHIA) NA ALTA ESTAÇÃO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DOS ANOS 1997 E 2004

Cristiane Aparecida de Cerqueira<sup>1</sup>  
Carla Regina Ferreira Freire<sup>2</sup>

### RESUMO

Este estudo teve por objetivo analisar o turismo receptivo do município de Ilhéus (BA) na alta estação, ao apresentar a demanda turística e sob sua ótica avaliar a oferta turística, para os anos 1997 e 2004. Os dados obtidos junto à BAHIATURSA foram analisados pelos métodos comparativo e estatístico-descritivo, apresentando os seguintes resultados: a maioria dos turistas é de homens e possui, em média, pouco acima de 35 anos; a renda sofreu significativa queda, por causa da redução do fluxo de profissionais liberais e do crescimento da presença de estudantes e funcionários públicos. O motivo “passeio” permanece liderando e as agências de viagens junto com as propagandas/publicidade continuam não influenciando a viagem. O turista continua se deslocando com a família, através de automóveis e ônibus, originados da própria Bahia. Como são influenciados por parentes/amigos, grande parte fica hospedada na casa destes. Da oferta turística, os entrevistados estão muito satisfeitos com os atrativos naturais e com a hospitalidade, mas criticaram as diversões, guias, passeios, empresas de receptivo, limpeza e segurança pública. Para o planejamento turístico, é necessário também ponderar que, no último ano, o turista que visita Ilhéus possui rendimentos e gastos menores, gerando menores impactos econômicos.

**Palavras-chaves:** demanda turística, oferta turística.

THE RECEPTIVE TOURISM OF ILHÉUS (BAHIA) IN THE HIGH STATION:  
a comparative analysis of the years 1997 and 2004

### ABSTRACT

This study had the goal to analyze the receptive tourism of the city of Ilhéus (BA) in the high station, when presenting the tourist demand and in its optics to evaluate the tourist offers, for the years 1997 and 2004. The data gotten from the BAHIATURSA was analyzed by the comparative and descriptive statistical method, presenting the following results: the majority of the tourists is of men and is, in average, little above 35 years old; the income suffered significant fall, because of the reduction of the flow of liberal professionals and the growth of the presence of students and public officers. The reason “stroll” remains leading and the travel agencies with the propagandas/publicidade continue not influencing the trip. The tourist continues traveling with the family, through automobiles and buses, originated from Bahia. They

---

<sup>1</sup> Mestre em Economia Aplicada pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESAL) – USP  
Professora Assistente da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)

<sup>2</sup> Mestre em Economia Aplicada pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESAL) – USP  
Professora Assistente da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)

are influenced by relatives/friends, a big part is housed in the house of those. About tourist offers, the interviewed are very satisfied with the natural landmarks and with the hospitality, but they had criticized the diversions, guides, strolls, companies of receptive, cleanness and public security. For the tourist planning, it is necessary also to ponder that, in the last year, the tourist who came to Ilhéus possess incomes and lesser expenses, generating lesser economic impacts.

**Keywords:** tourist demand, tourist offers.

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade turística desponta como uma alternativa que pode enquadrar-se em um programa de desenvolvimento econômico, funcionando como instrumento estimulador do emprego e renda, principalmente em áreas possuidoras de paisagens exóticas (MELO, 1988). Uma das razões para isso é o baixo nível relativo de investimentos requeridos para sua implantação, em comparação a qualquer outra indústria, o que a torna recomendável para regiões com recursos financeiros escassos (LOPES, 1990).

Segundo D'amore (1990), o turismo é a maior indústria do mundo, com expectativa de crescimento futuro. Entretanto, o cenário mundial de avanço das comunicações instantâneas, das tecnologias, dos meios de transportes e de abertura dos mercados exige dos países e suas respectivas empresas estratégias de diferenciação capazes de aumentar a competitividade do setor. Para tanto, o turismo deve ser muito bem planejado, porque só assim pode resguardar os recursos naturais e culturais e contribuir positivamente para o desenvolvimento econômico.

O planejamento turístico consiste em uma atividade que visa estabelecer condições favoráveis para o alcance de objetivos propostos. Através deste planejamento, aproveita-se os serviços e outras facilidades que também atenderão as necessidades da comunidade. Para ações de planejamento da atividade, é de fundamental importância o conhecimento da demanda turística. Dela dependem o adequado dimensionamento atual e as projeções futuras que determinarão os

ajustes necessários ao bom desempenho da referida atividade nos núcleos receptores (RUSCHMANN, 1994; LAGE; MILONE, 1990).

A demanda turística consiste na quantidade de um produto (bens ou serviços) turístico que alguém deseja e é capaz de consumir a um preço apresentado, em certo período de tempo. Mas, além do preço do bem procurado, o consumidor considera outros fatores como o preço dos bens substitutos e complementares, a renda e o gosto/preferências (LAGE; MILONE, 1990).

Ademais, os turistas, na função de consumidores, emitem juízos determinantes a respeito da qualidade dos bens e serviços que adquirem, pois, quem deixa a sua residência, espera encontrar o conforto contratado e pelo qual pagou (ANDRADE, 2002). Por isto, a oferta de bens e serviços de qualidade é fundamental em qualquer empresa que atua na área turística. Esta oferta pode ser definida como a quantidade de bens e serviços que os produtores desejam vender por dado preço, em um dado período de tempo (LAGE; MILONE, 2000).

No turismo, a oferta pode ser considerada como todos os produtos que são colocados à disposição dos viajantes. A oferta turística é composta por um conjunto de elementos que podem ser divididos em grupos: atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e infra-estrutura básica (ou de apoio). Os atrativos (naturais, históricos e culturais) correspondem a todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Equipamentos e serviços turísticos referem-se ao conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas. E a infra-estrutura é formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base, tais como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos (água, esgoto, luz, sinalização, limpeza urbana etc.) (IGNARRA, 1999; LAGE; MILONE, 2002)

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), países como Espanha, França, Estados Unidos e Itália se destacam como os principais pólos receptores de turistas no mundo, devido a seus atrativos (TEIXEIRA, 1999). No Brasil, nos últimos anos, um dos estados que se apresenta como importante pólo turístico é a Bahia, tendo como um de seus principais atrativos a Costa do Cacau, região na qual se encontra o município de Ilhéus.

O município de Ilhéus reúne atributos necessários ao desenvolvimento da indústria turística por possuir recursos históricos, culturais e naturais de elevada importância. Cenário de lutas e conquistas, este destino foi “berço” da formação do Estado da Bahia e da civilização cacauera, refletindo muito da história e cultura regional; ademais, possui 93 km de praias numa vasta área de Mata Atlântica. Por todos estes fatores é que este estudo objetiva analisar o turismo receptivo de Ilhéus, identificando a demanda turística e, sob sua ótica, a oferta turística. Estas análises visam subsidiar os planos e programas públicos e privados que objetivem a exploração adequada dos recursos do município, ampliando, assim, os níveis de atividade, renda e a qualidade de vida, promovendo o desenvolvimento turístico sustentável.

## **2 METODOLOGIA**

Este estudo baseia-se na pesquisa do tipo documental, precisamente nas “Pesquisas de Turismo Receptivo”, realizadas em janeiro de 1997 e janeiro de 2004, pela Empresa Baiana de Turismo (BAHIATURSA), órgão oficial de turismo do Estado. Segundo Lima (2004), a pesquisa documental consiste no exame de materiais (dados e informações) que não receberam tratamento analítico e objetiva fundamentar as interpretações do que está sendo investigado, sendo apropriada para explorar temas que consideram dimensões históricas da realidade.

Sobre a demanda turística, utilizou-se dos seguintes dados: sexo, idade, renda, ocupação principal, motivo e influência da viagem, modo de viajar, residência permanente, transporte, meio de hospedagem. Com relação à avaliação dos turistas quanto à oferta, vários itens foram contemplados: atrativos (naturais, patrimônio

histórico-cultural e manifestações populares), equipamentos e serviços turísticos (meios de hospedagem, bares/restaurantes, empresas de receptivo etc.) e infraestrutura (limpeza pública, segurança pública, sinalização turística, meios de comunicação etc.).

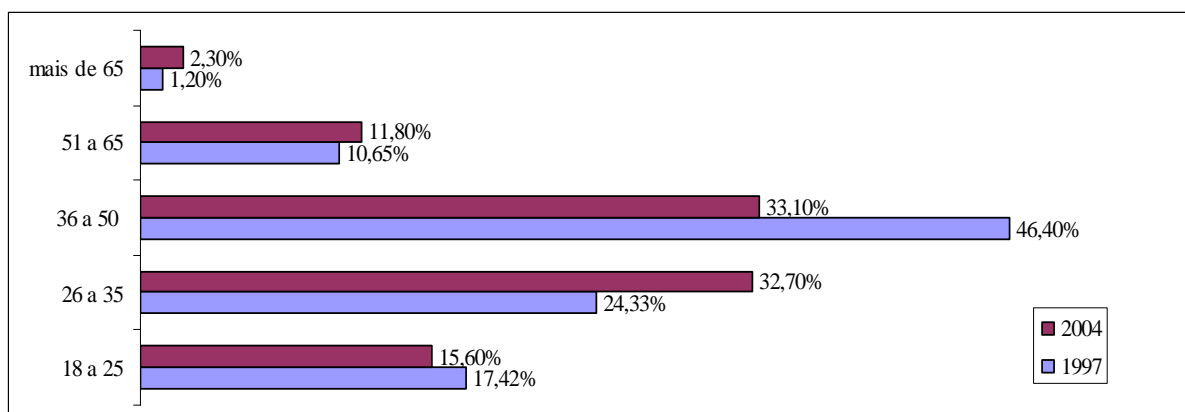
Para a análise destes dados, foi utilizado o método estatístico descritivo e o método comparativo. O método estatístico descritivo por meio do cálculo de média, proporção, moda e etc., “compreende a organização, o resumo e a descrição dos dados [...] para que posteriormente, possam ser utilizados nas discussões de caráter descritivo ou analítico no relatório de pesquisa” (LIMA, 2004, p. 73). Para comparar as diferenças e similaridades do turismo receptivo do município de Ilhéus, dos anos 1997 e 2004 foi utilizado o método comparativo, que segundo Fachin (2003, p. 37) “[...] consiste em investigar coisas ou fatos e explicá-los segundo suas semelhanças e suas diferenças”, tornando-se o método ideal para estudos que trabalham com universos populacionais diferentes, distanciados pelo espaço ou pelo tempo.

### **3 RESULTADOS, DISCUSSÃO E CONCLUSÃO**

Através dos dados apresentados a seguir, foi possível traçar o perfil da demanda pelo destino Ilhéus, para os anos 1997 e 2004. No período estudado, não houve muita diferença com relação ao “sexo” e à “idade” do turista do município. Tanto em 1997 quanto em 2004, a maioria foi do sexo masculino e, em média, o turista local registrara pouco acima de 35 anos (ANEXO A).

A Figura 1 demonstra que, em 1997, grande parte (46,40%) dos abordados possuía entre 36 e 50 anos; já em 2004, este grupo se reduziu a cerca de um terço (33,10%) do total, enquanto o outro terço (32,70%) foi representado pelos turistas mais novos, que possuíam de 26 a 35 anos. Também percebe-se que os mais jovens (na faixa de 18 e 25 anos) e, principalmente, os mais idosos (na faixa acima de 65 anos) representavam parcela reduzida.

**FIGURA 1 - FAIXA ETÁRIA DOS TURISTAS QUE VISITAVAM ILHÉUS (BAHIA), EM 1997 E 2004.**

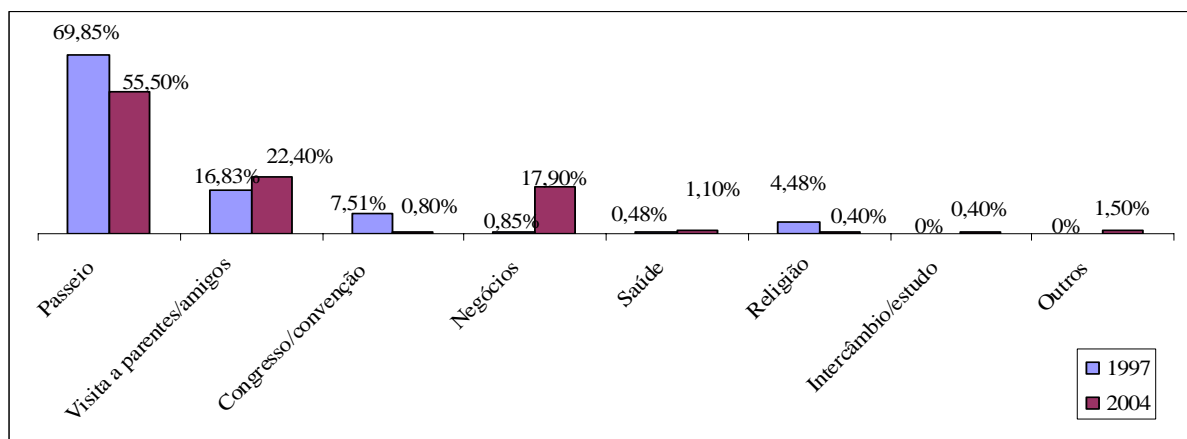


Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004)

No que diz respeito à “renda” e a “ocupação principal”, nota-se uma significativa mudança no período. O entrevistado de 1997 possuía “renda média mensal” de US\$2.559,71, no entanto, em 2004 a renda reduziu-se bastante, para apenas US\$672,00. Esta redução na renda média pode ser explicada pelo tipo de ocupação registrada em cada período. Partindo do pressuposto de que os “profissionais liberais” (engenheiros, médicos e advogados) possuem rendimentos relativamente elevados, verificou-se que em 2004 houve menor presença destes do que em 1997. Em 2004, cresceu a participação dos que presumidamente ganham menos, como é o caso de alguns funcionários públicos e estudantes. Assim, estes fatores podem explicar a diferença de renda média mensal registrada entre os anos considerados (ANEXO A).

Segundo a Figura 2 Ilhéus não possui diversidade de “motivações”. O “passeio” constituiu um dos principais motivos da viagem quando representou, em 1997, 69,85%, e, em 2004, 55,5% das escolhas. Dos demais motivos, vêm se destacando a “visita a parentes e amigos” e os “negócios”, que alcançaram em 2004, respectivamente, 22,4% e 17,9% de participação. Por outro lado, os “congressos/convenções” e as questões relacionadas à “religião” têm motivado menos os visitantes do município.

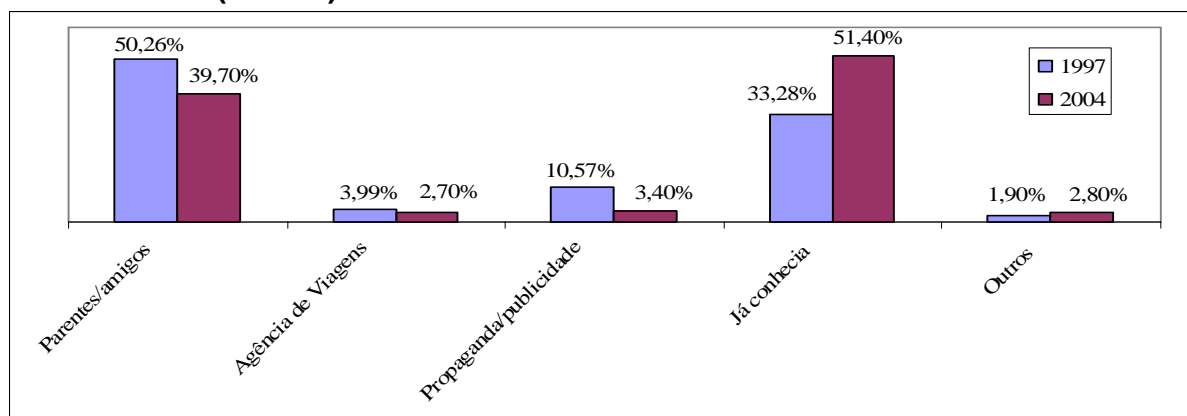
**FIGURA 2 - MOTIVO DA VIAGEM, SEGUNDO OS TURISTAS DE ILHÉUS (BAHIA) PRESENTES EM 1997 E 2004.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Em 1997, a viagem era mais influenciada pela “visita a parentes/amigos” (50,26%) e porque “já conhecia” (33,28%) o local. De acordo com a Figura 3, os meios considerados tradicionais, como “agência de viagens” (3,99%) e “propaganda/publicidade” (10,57%), registravam pequena influência na escolha do destino Ilhéus. Esta situação se agrava em 2004, quando as “agências de viagem” (2,70%) e a propaganda/publicidade (3,40%) passaram a influenciar ainda menos.

**FIGURA 3 – INFLUÊNCIA DA VIAGEM, SEGUNDO OS TURISTAS DE ILHÉUS (BAHIA) PRESENTES EM 1997 E 2004.**

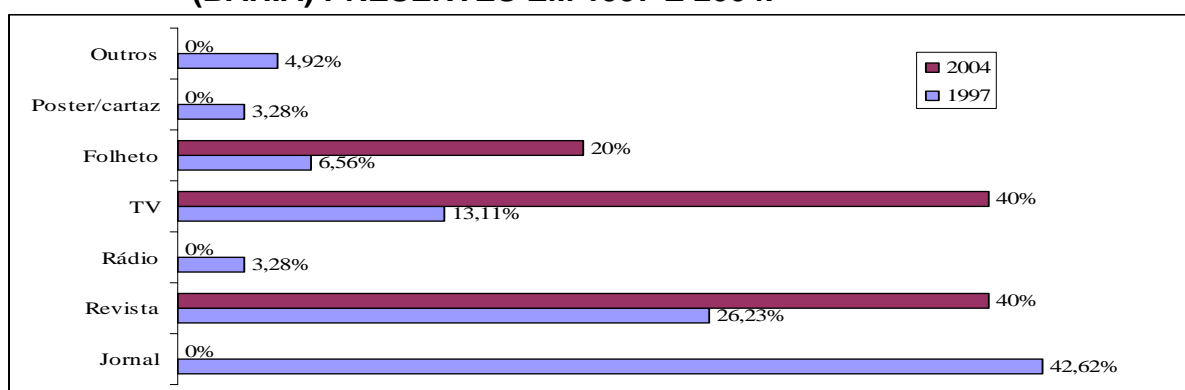


Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Percebe-se, através da Figura 4, que em 1997 havia uma maior diversidade de tipos de “mídia” apresentando o destino Ilhéus. Neste mesmo ano, cerca de 42% decidiram pelo município sendo influenciados pelos jornais, ou obtendo informações

através de revistas (26,23%), TV (13,11%), folhetos (6,56%), pôster/cartaz (3,28%) e rádio (3,28%). Em 2004, a situação se modifica, pois apenas 3 meios passaram a influenciar a escolha de Ilhéus: TV (40%), revistas (40%) e folhetos (20%).

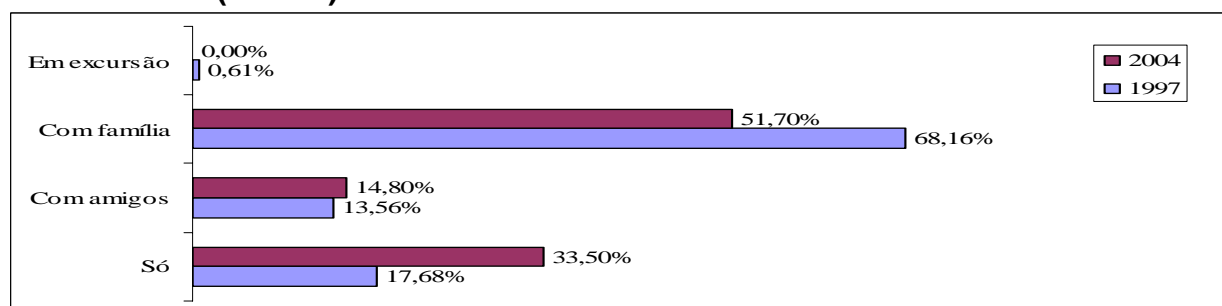
**FIGURA 4 – MÍDIA QUE INFLUENCIOU A VIAGEM DOS TURISTAS DE ILHÉUS (BAHIA) PRESENTES EM 1997 E 2004.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

O “modo de viajar” dos turistas não sofreu alterações significativas. Tanto em 1997, como em 2004, a maioria dos turistas que visitava Ilhéus vinha “acompanhada da família”. É preciso perceber que isto tem relação com a faixa de idade dos entrevistados, pessoas não muito jovens com maiores possibilidades de serem casadas e de estarem com cônjuges e filhos. Entretanto, a parcela dos que viajam “só” apresentou crescimento significativo, dado que em 1997 representava 17,68% e em 2004 passou a registrar 33,50% do total. Vale ressaltar que a excursão é um segmento que poderia ser, mas não foi, explorado pela atividade turística em Ilhéus (FIGURA 5).

**FIGURA 5 – MODO DE VIAJAR DOS TURISTAS QUE VISITAVAM ILHÉUS (BAHIA) EM 1997 E 2004.**



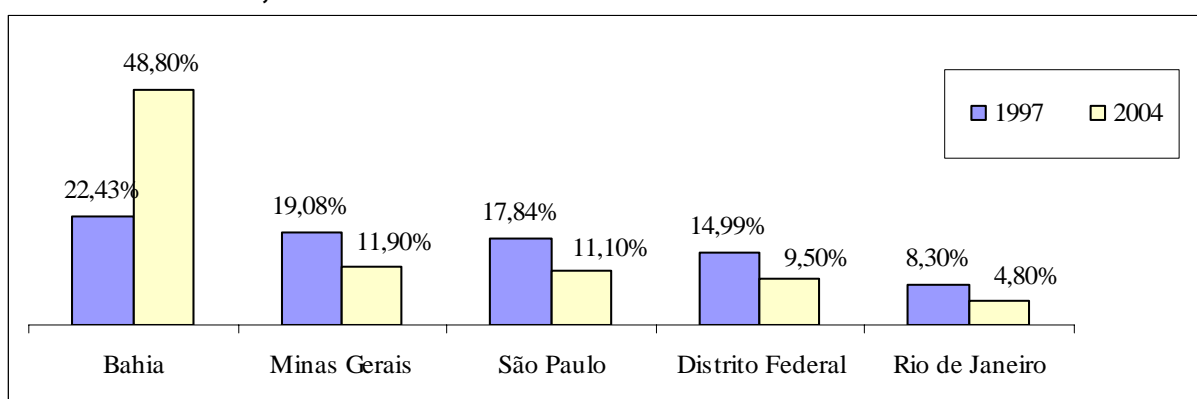
Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).



Não houve mudanças quanto à residência permanente dos turistas de Ilhéus, quando a análise focaliza a entrada de nacionais; entretanto, o mesmo não ocorre com a entrada de estrangeiros. Considerando apenas o turismo nacional, em 1997 e 2004, a Figura 6 descreve que os cinco maiores estados presentes no destino foram: Bahia, Minas Gerais, São Paulo, Distrito Federal e Rio de Janeiro. Todavia, é perceptível que em 2004 a Bahia estava mais presente e os demais estados com menor participação no turismo local.

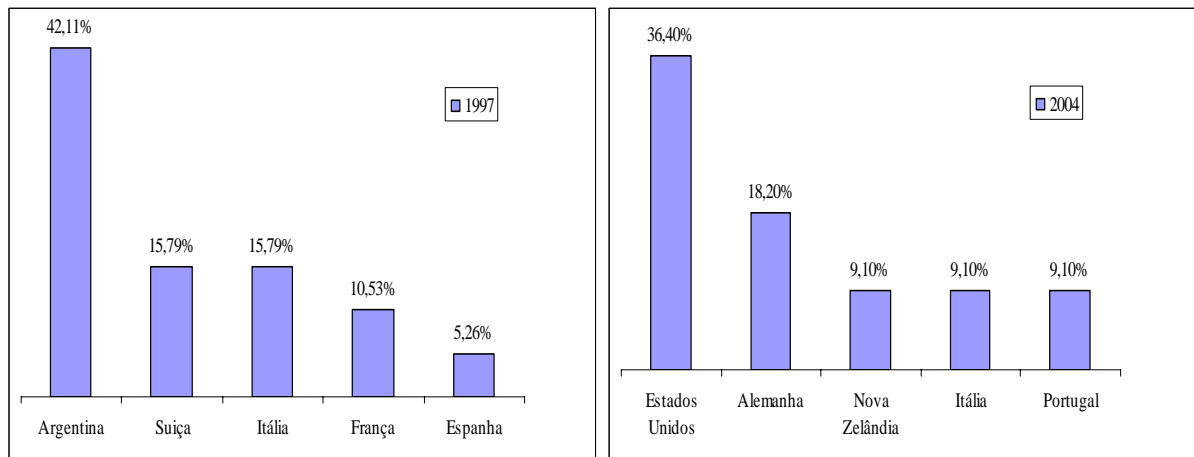
Ponderando apenas os turistas estrangeiros, através da Figura 7, observa-se que a Argentina, Suíça, Itália, França e Espanha representavam os cinco países com maior presença em Ilhéus em 1997. Já em 2004, a situação se modifica e os cinco países mais presentes são: Estados Unidos, Alemanha, Nova Zelândia, Itália e Portugal. Mas, somando turistas brasileiros e estrangeiros, o Anexo A constata a pequena participação dos cinco países: em 1997, estes representaram 2% do total de turistas e, em 2004, mesmo crescendo, alcançaram apenas 3,5%. Sendo assim, Ilhéus não é um destino muito explorado pela demanda externa; ao contrário, além de conquistar mais os brasileiros, alcançou em 1997 e 2004, basicamente, os originários dos mesmos estados e aqueles mais próximos.

**FIGURA 6 – TURISTAS BRASILEIROS EM ILHÉUS (BAHIA) NO ANO DE 1997 E 2004, SEGUNDO PRINCIPAIS ESTADOS DO BRASIL.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

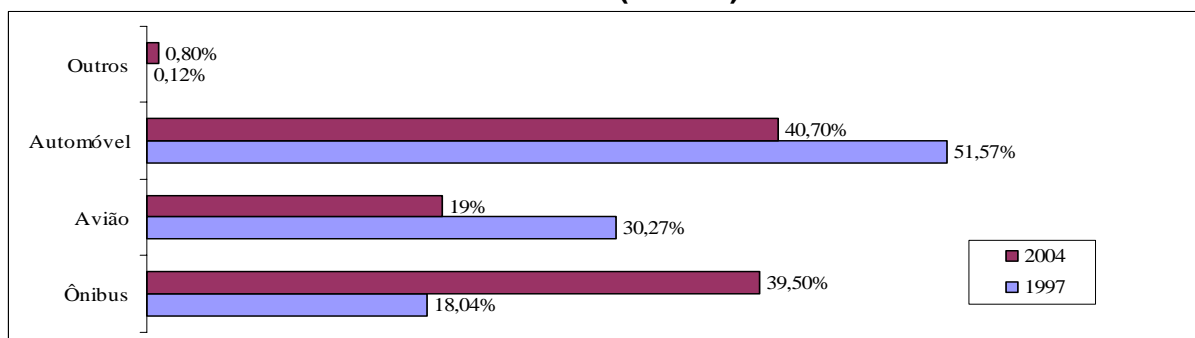
**FIGURA 7 – TURISTAS ESTRANGEIROS EM ILHÉUS (BAHIA) NO ANO DE 1997 E 2004, SEGUNDO OS PRINCIPAIS PAÍSES DO MUNDO.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Em 1997, mais da metade (51,57%) dos entrevistados veio para Ilhéus utilizando o automóvel como meio de transporte; mas, neste período, o avião era demandado por cerca de um terço (30,27%) dos turistas. Já em 2004, o meio aéreo passa a ser menos utilizado (19%), quando o transporte terrestre se mantém na preferência: 39,50% dos abordados vieram de ônibus e 40,70% de automóvel (FIGURA 8). Os rendimentos médios mensais menores, o fato de viajarem mais com a família e serem do próprio estado ou de estados próximos explicam a preferência pelo transporte terrestre, que permitem viagens mais baratas e em grupo.

**FIGURA 8 – TRANSPORTES UTILIZADOS PELOS TURISTAS PARA CHEGAREM A ILHÉUS (BAHIA) EM 1997 E 2004.**



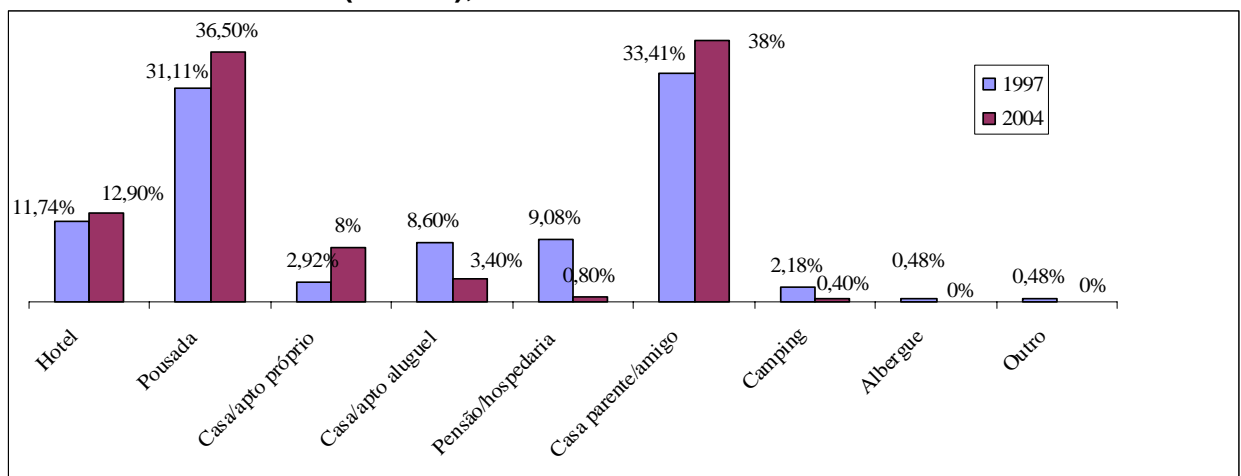
Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Ao chegar a Ilhéus, em 1997 e em 2004, o turista fez basicamente a mesma opção de “hospedagem”. Em todo o período, parte significativa, pouco mais de 30%,

ficou alojada em “casa de parentes/amigos”, num meio extra-hoteleiro. As “pousadas”, semelhantemente, conquistaram pouco mais de 30% dos visitantes, enquanto os “hotéis” retiveram apenas entre 11% e 13% destes. Ou seja, segundo a Figura 9, os meios tradicionais no ramo da hospedagem (pousadas e hotéis) atraem somente cerca de um quarto dos turistas.

O ano de 2004 traz novidades: há importante participação do segmento “casa/apartamento próprio” (8%), redução na escolha pela “casa/apartamento de aluguel” (3,4%) e praticamente o desaparecimento dos segmentos “pensão/hospedaria” (0,80%) e “camping” (0,40%). É perceptível que houve relação entre a forte “influência dos parentes/amigos” na escolha pelo destino e a pelo meio de hospedagem extra-hoteleiro, ou seja, o turista que foi influenciado pelos conhecidos, muitas vezes fica na casa destes. Esta relação reforça a necessidade de que as agências de viagens e a propaganda/publicidade de Ilhéus ocupem mais espaço junto aos consumidores de turismo, colaborando para que os hotéis e pousadas ampliem sua ocupação e que haja maior efeito multiplicador do turismo no local (FIGURA 9).

**FIGURA 9 – MEIOS DE HOSPEDAGENS UTILIZADOS PELOS TURISTAS DE ILHÉUS (BAHIA), EM 1997 E 2004.**

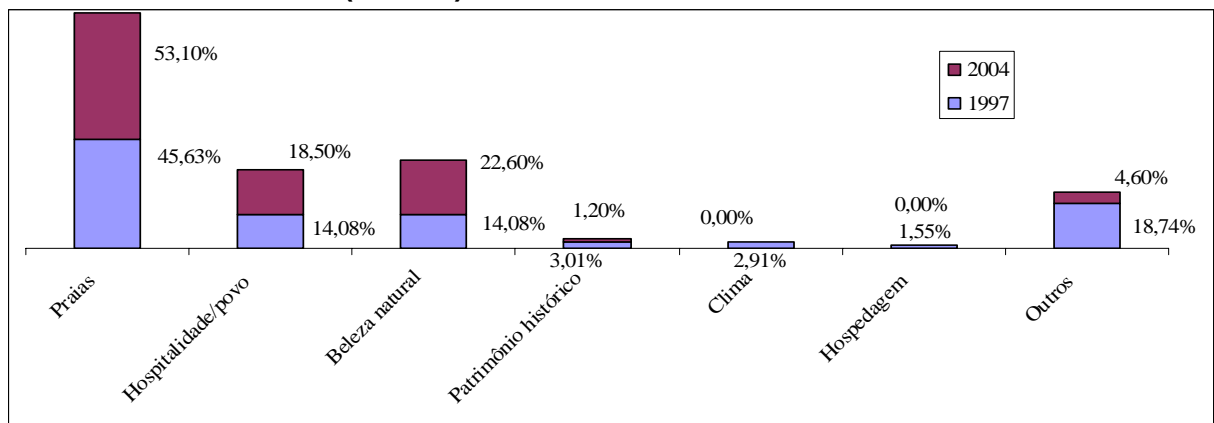


Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

A oferta turística do destino Ilhéus, especificamente os atrativos, equipamentos e serviços e a infra-estrutura, foi avaliada pelos turistas. Segundo os aspectos que mais agradaram, as praias se destacaram, registrando 45,63% e

53,10% das escolhas, em 1997 e 2004, respectivamente. A hospitalidade e a beleza natural também conquistaram os entrevistados nos dois anos citados. Em 1997, o patrimônio histórico-cultural, o clima e a hospedagem chegam a ser citados, mas por parcela ínfima dos abordados. Em 2004, estes últimos três fatores perdem ainda mais capacidade de satisfazer o turista (FIGURA 10).

**FIGURA 10 – ASPECTOS QUE MAIS AGRADARAM O TURISTA QUE VISITOU ILHÉUS (BAHIA) EM 1997 E 2004.**

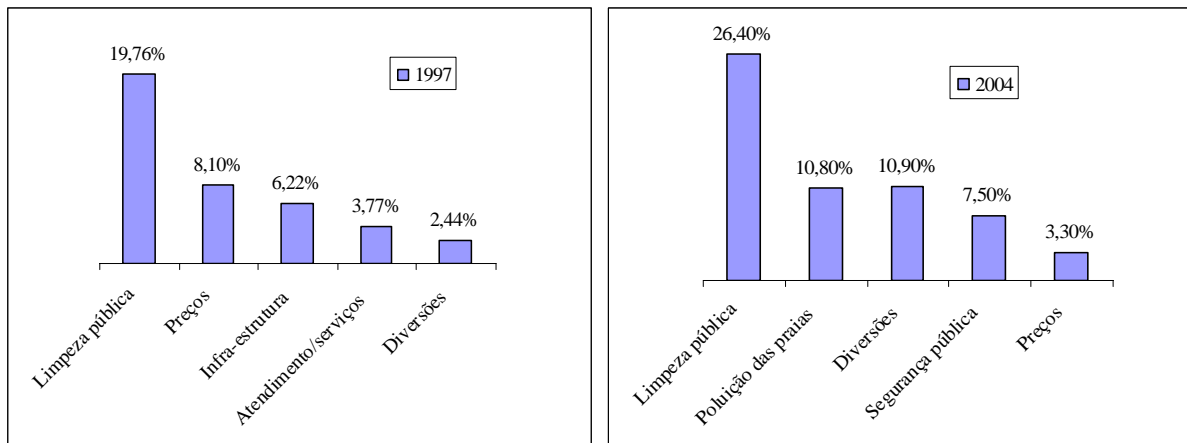


Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Indagando sobre os aspectos que mais desagradaram, há semelhanças e diferenças entre as respostas apresentadas. A Figura 11 revela que, em 1997, os turistas ficaram insatisfeitos com a limpeza pública (19,76%), preços (8,10%), infraestrutura (6,22%), atendimentos/serviços (3,77%) e diversões (2,44%). Em 2004, os entrevistados continuaram reclamando da limpeza pública (26,40%), das diversões (10,9%) e dos preços (3,3%), entretanto, também criticaram a poluição das praias (10,8%) e a segurança pública (7,5%).

É preciso salientar que grande parte das reclamações diz respeito à oferta de responsabilidade do governo, como a limpeza, a infra-estrutura e a segurança. No que diz respeito a setor privado, estes devem estar mais atentos à qualificação dos serviços, diversificação dos entretenimentos e preços praticados. Mas, certamente, todos, o setor público, o setor privado e a comunidade, devem estar envolvidos no sentido de atenuar as críticas dos turistas relativas à sujeira e ao despreparo na prestação dos serviços.

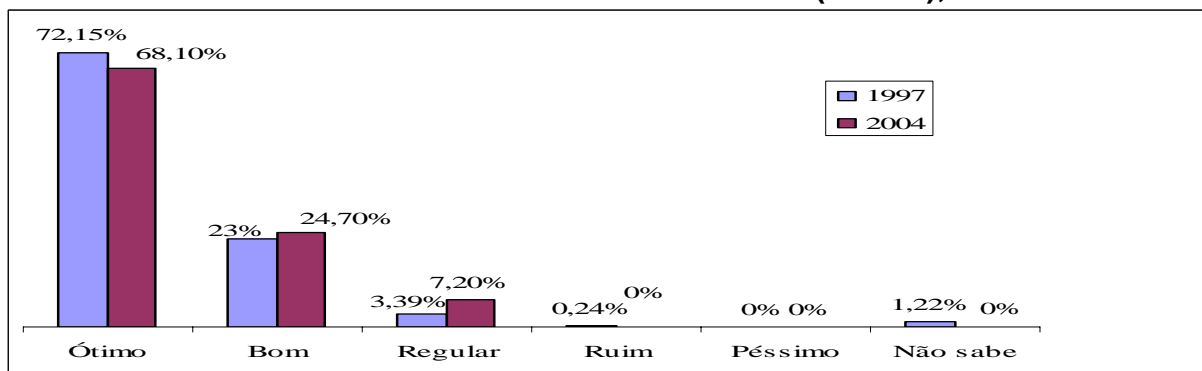
**FIGURA 11 – ASPECTOS QUE MAIS DESAGRADARAM OS TURISTAS DE ILHÉUS (BAHIA). 1997 E 2004.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

A Figura 12 demonstra que, dos atrativos, os “naturais” satisfazem maior parte dos turistas de Ilhéus. Em 1997 e em 2004, respectivamente, 72,15% e 68,10% dos entrevistados consideraram “ótimos” estes recursos. Nos dois períodos, pouco mais de 20% avaliaram este segmento como “bom” e pequena parcela avaliou estes atrativos como “regular”. Praticamente nenhum turista ficou insatisfeito com a natureza local, classificando-a como “ruim” e “péssimo”. Como visto através da Figura 10, as amenidades ambientais, principalmente as praias, têm recebido excelente avaliação por parte do demandante do destino Ilhéus.

**FIGURA 12 – AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS NATURAIS, SEGUNDO OS TURISTAS PRESENTES EM ILHÉUS (BAHIA), EM 1997 E 2004.**

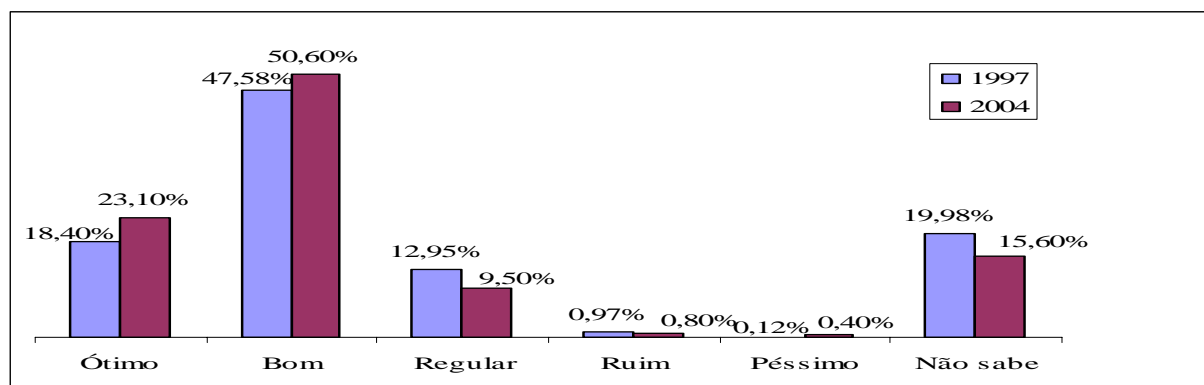


Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

Conforme a Figura 13, outro atrativo bem avaliado pelos turistas foi o “patrimônio histórico-cultural”, porém, alguns resultados merecem discussão

cuidadosa. Grande parte dos entrevistados atribuiu a este elemento da oferta o conceito “bom”, tanto em 1997 (47,58%), como em 2004 (50,60%). Mas cabe ressaltar que a classificação como “ótimo” é realizada por proporção pequena de turistas. Também se verifica a escolha da opção “ruim” e até mesmo “péssimo”. Por fim, a opção “não sabe” surge indicada por parcela significativa dos entrevistados, o que, segundo pesquisa realizada por Cerqueira (2002), corresponde à inacessibilidade de alguns turistas a um determinado segmento da oferta. Isto revela a necessidade de planejamento para melhor formatação e/ou inserção destes elementos no roteiro turístico da cidade.

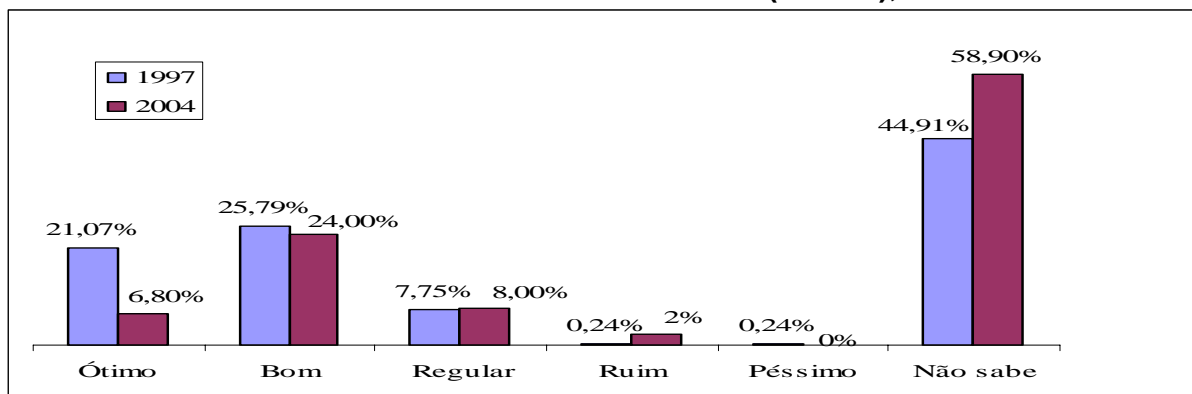
**FIGURA 13 – AVALIAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL, SEGUNDO OS TURISTAS PRESENTES EM ILHÉUS (BAHIA), EM 1997 E 2004.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

No que diz respeito à avaliação das manifestações populares, a Figura 14 mostra que a situação deste tipo de atrativo é mais crítica. Desde 1997, pequena parcela dos entrevistados avaliou os manifestos como “ótimo” (21,7%), “bom” (25,79%) ou “regular” (7,75%); quando quase 45% escolherem a opção “não sabe”, confessando não ter condições de julgar o que não se viu. Em 2004, o quadro não se modifica; pelo contrário, se agrava: apenas 6,8% avaliaram as manifestações populares como “ótimas” e 24% como “boa”; 2% dos que a usufruíram consideram “ruins” e mais da metade dos abordados (58%) “não soube” avaliar, pois, mais uma vez, estes atrativos não foram dispostos para os turistas.

**FIGURA 14 – AVALIAÇÃO DAS MANIFESTAÇÕES POPULARES, SEGUNDO OS TURISTAS PRESENTES EM ILHÉUS (BAHIA), EM 1997 E 2004.**



Fonte: BAHIATURSA (1997; 2004).

A oferta turística correspondente aos equipamentos e serviços (especificamente, equipamentos de lazer, empresas de receptivo, meios de hospedagem, bares, restaurantes etc.) e a infra-estrutura (comunicação, sinalização e transporte urbano, segurança e limpeza pública, terminal rodoviário e o aeroporto) do destino Ilhéus também foram avaliadas como ótimo, bom, regular, ruim, péssimo e não sabe. Dos equipamentos e serviços, a “hospitalidade” foi o item melhor avaliado ao ser definido como “ótimo” por 46,97% e 51,7% e, como “bom” por 45,40% e 41,1% dos turistas de 1997 e 2004, respectivamente. Ou seja, no período estudado foi reduzida a parcela de abordados que avaliaram a “hospitalidade” com “regular”, “ruim” ou “péssima” (ANEXO C).

Nos dois anos pesquisados os entrevistados não ficaram tão satisfeitos quanto à “sinalização turística”, “bares/restaurantes” e o “comércio/compras”, porque a maior parte considerou estes itens como “bom” ou “regular”. De acordo com o Anexo C, as maiores críticas foram apresentadas aos “equipamentos de lazer”, “passeios oferecidos”, “empresas de receptivo”, “informações turísticas”, “meios de hospedagem” e serviços dos “taxis”, porque embora boa parte dos abordados considerasse “bons”, outra parte significativa “nem soube” avaliar. Entende-se que a dificuldade em avaliar os “meios de hospedagem” deve-se ao fato de que parte dos turistas ficaram em “casa de parentes/amigos”; quanto aos “táxis”, vale ressaltar que alguns entrevistados não utilizaram este serviço porque vieram para Ilhéus de automóvel e por meio deste se deslocaram dentro do próprio destino. Mas, no que

diz respeito aos outros itens, estes não foram julgados porque mesmo desejando os abordados não tiveram isso aos mesmos. Neste sentido, o item “guia de turismo” se destaca, pois 83,66% e 95,4% dos abordados não conseguiram avaliá-lo, em 1997 e 2004, respectivamente. Por ser basicamente procurado para o “passeio”, surpreende o fato de que as “diversões noturnas” do município tenha sido o item mais avaliado como “ruim” e “péssimo”.

Segundo o Anexo D, nenhum item da infra-estrutura de Ilhéus se destaca como “ótimo”. Os meios de “comunicação” e a “sinalização urbana” foram os mais elogiados como “bons”, por boa parte dos turistas. A “segurança pública” e a “limpeza pública” em 1997 era melhor avaliada do que em 2004; este último item alcançando no final do período a maior proporção de “péssimo”. Os “transportes urbanos”, o “terminal rodoviário” e o “aeroporto” não foram avaliados por maioria dos abordados pelo perfil do turista local: aquele que utiliza muito mais o automóvel particular no deslocamento.

O Anexo B descreve que não é a primeira vez que grande parte dos turistas vem a Ilhéus. Em 1997, 56,78% dos abordados disseram que estão retornando e, em 2004, esta proporção cresce e alcança 67,7%. Em 1997 e em 2004, mais de 90% dos abordados disseram, ainda, que pretendem voltar. Vale ressaltar que embora a permanência média tenha aumentado de 8,7 dias, em 1997, para 9,1 dias, em 2004, o gasto médio diário individual reduziu bastante de US\$30,35 para apenas US\$15,72. Ou seja, no período mais recente, mesmo ficando no município durante vários dias, os turistas gastam menos, porque, além de obter renda média mensal individual bem menor (ANEXO A), boa parte fica em casa de parentes e amigos (FIGURA 9) e não tem encontrado opções de lazer, principalmente diversões (FIGURA 11), o que reduz o efeito multiplicador do emprego e renda do turismo e de sua capacidade de gerar crescimento e desenvolvimento econômico para o município.

Enfim, nota-se que os turistas estão atentos a outros aspectos da oferta e não somente aos atrativos. Assim, não basta o destino Ilhéus colocar à disposição da sua demanda atrativos naturais, precisamente belas praias; é necessária a



organização dos equipamentos e a profissionalização na prestação dos serviços. Ademais, a cidade deve estar preparada para receber bem, oferecendo limpeza pública e segurança pública, itens bastante criticados e igualmente capazes de determinarem o desempenho da atividade turística, como também a qualidade de vida e o nível de desenvolvimento econômico do município.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 8ªed. São Paulo: Ática. 2002.

BAHIATURSA – Empresa de Turismo da Bahia S/A. *Turismo receptivo de Ilhéus*: janeiro de 1997.

BAHIATURSA - Empresa de Turismo da Bahia S/A. *Turismo receptivo de Ilhéus*: janeiro de 2004.

D'AMORE, L. J. Tourism: the world's peace industry. *Recreation*, v. 48, n. 1, p. 24-33, 1990.

FACHIN, O. *Fundamentos de metodologia*. São Paulo: Saraiva, 2003.

IGNARRA, L. R. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.

LAGE, B.; MILONE, P. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.

LAGE, B.; MILONE, P. *Economia do turismo*. Campinas: Papyrus, 1990.

LIMA, M. C. *Monografia: a engenharia da produção acadêmica*. São Paulo: Saraiva, 2004.

LOPES, J. C. O turismo e o desenvolvimento regional do norte e nordeste. *Informação FIPE*, n. 120, p. 15 – 17, jul. 1990.

MELO, D. N. *Tópicos do fenômeno turístico*. Fortaleza, 1988. (mimeo.).

RUSCHMANN, D. M. *O planejamento do turismo e a proteção do meio ambiente*. São Paulo, 1994, 267 p. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

TEIXEIRA, E. L. *Gestão da qualidade em destinos turísticos*. Rio de Janeiro, 1999.

**ANEXO A – INFORMAÇÕES ADICIONAIS DO PERFIL DOS TURISTAS DE ILHÉUS. (%)**

Perfil	1997	Perfil	2004
<b>Sexo</b>		<b>Sexo</b>	
Masculino	68,28	Masculino	70,70
Feminino	31,72	Feminino	29,30
<b>Idade Média (anos)</b>	38	<b>Idade Média (anos)</b>	36
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>	2.559,71	<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>	672,00
<b>Ocupação principal (em %)</b>		<b>Ocupação principal (em %)</b>	
Profissional liberal	12,47	Funcionário público	22,40
Comerciante	10,17	Estudante	11,00
Estudante	8,96	Comerciante	11,00
Funcionário público	7,26	Comerciário	8,00
Professor	7,26	Profissional liberal	7,60
<b>Turistas segundo principais países</b>		<b>Turistas segundo principais países</b>	
Argentina	0,97	Estados Unidos	1,50
Suíça	0,36	Alemanha	0,80
Itália	0,36	Nova Zelândia	0,40
França	0,24	Itália	0,40
Espanha	0,12	Portugal	0,40
Total	2,05	Total	3,50

Fonte: BAHIAATURSA (1997; 2004).

**ANEXO B – INFORMAÇÕES ADICIONAIS DA VIAGEM DO TURISTA DE ILHÉUS. (%)**

Informações adicionais	1997	2004	Informações adicionais	1997	2004
<b>Primeira vez que visita a cidade?</b>			<b>Pretende voltar?</b>		
Sim	43,22	32,30	Sim	95,9	92,8
Não	56,78	67,70	Não	4,1	2,7
			Não sabe	0	4,5
<b>Gasto médio diário individ. (US\$)</b>	30,35	15,72	<b>Permanência Média (dias)</b>	8,7	9,1

Fonte: BAHIAATURSA (1997; 2004).

**ANEXO C – EQUIPAMENTOS/SERVIÇOS DE ILHÉUS SEGUNDO TURISTA DE 1997 E 2004.(%)**

Equipamentos e serviços	97		04		97		04		97		04	
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Equipamentos de lazer	8,84	4,6	26,88	24,3	15,86	6,1	2,78	1,1	0,97	2,3	44,67	61,6
Passeios oferecidos	10,05	4,2	25,91	23,2	8,11	4,2	1,69	1,1	0,85	0,4	53,39	66,9
Empresas de receptivo	6,30	0,8	16,46	32,7	7,38	24,0	1,33	3,8	0,85	1,1	67,68	35,4
Hospitalidade/povo	46,97	51,7	45,40	41,1	4,0	4,9	0,85	1,5	0,24	0,0	2,54	0,8
Informações turísticas	10,90	4,2	34,87	19,0	11,26	17,1	3,75	1,9	2,06	2,7	37,16	55,1
Sinalização turística	10,17	3,0	45,16	32,7	23,61	24,0	5,33	3,8	1,21	1,1	14,52	35,4
Guias de turismo	3,03	1,5	8,47	2,7	3,51	0,4	0,85	0,0	0,48	0,0	83,66	95,4
Meio de hospedagem	20,58	13,7	37,53	34,6	7,63	4,9	1,09	0,4	1,09	0,8	32,08	45,6
Bares/restaurantes	11,14	14,4	49,15	49,0	20,94	22,8	4,48	0,8	2,30	1,9	11,99	11,0
Comércio/compras	4,72	4,2	41,65	33,5	28,33	35,7	2,91	2,7	1,69	1,5	20,70	22,4
Diversões noturnas	8,96	3,0	20,58	13,3	19,01	25,1	3,03	13,7	1,82	9,5	46,6	35,4
Táxis	7,99	6,5	17,31	22,1	3,87	3,4	0,61	1,1	0,97	0,4	69,25	66,5

Fonte: BAHIAATURSA (1997; 2004).

**ANEXO D – INFRA-ESTRUTURA DE ILHÉUS SEGUNDO TURISTAS DE 1997 E 2004. (%)**

Infra-estrutura da cidade	97		04		97		04		97		04	
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Comunicação	28,57	6,5	46,37	43,3	7,87	19,8	3,75	4,6	2,3	4,6	11,14	21,3
Sinalização urbana	9,69	3,0	53,15	64,6	24,58	17,9	3,87	4,9	2,66	1,9	6,05	7,6
Segurança pública	14,04	1,9	50,0	17,5	15,62	18,6	1,21	1,5	0,97	0,4	18,16	60,1
Limpeza pública	2,78	1,5	27,48	14,8	38,14	22,1	17,92	2,7	11,38	0,0	2,30	58,9
Transporte urbano	1,94	5,3	16,34	30,4	6,90	5,3	1,94	1,1	0,97	0,8	71,91	57,0
Terminal rodoviário	3,51	2,7	14,65	32,3	7,26	5,7	1,33	1,5	0,61	1,5	72,64	56,3
Aeroporto	5,81	7,6	24,21	15,6	5,33	1,5	0,73	0,8	0,24	0,0	63,68	74,5

Fonte: BAHIAATURSA (1997; 2004).