



O DESTINO ILHÉUS: CARACTERÍSTICAS DOS TURISTAS DA ALTA ESTAÇÃO DIFERENCIADA DE 2007.

Gean Luiz Carneiro Santos¹; Gislan Santos Sampaio²; Carla Regina Ferreira Freire³; Cristiane Aparecida de Cerqueira⁴; Romeu Vieira de Novais⁵.

¹Discente do Curso de Ciências Econômicas do DCEC/UESC, bolsista do programa FAPESB, e-mail: geanernesto@hotmail.com; ²Discente do Curso de Ciências Econômicas do DCEC/UESC, e-mail: gislansampaio@hotmail.com; ³Professora Assistente DCEC/UESC, e-mail: carlafreire@hotmail.com; ⁴Professora Assistente DCEC/UESC, e-mail: Cris_cerqueira@yahoo.com.br; ⁵Discente do Curso de Ciências Econômicas do DCEC/UESC, e-mail: romeupapas@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

A partir de meados do século XX, o turismo tem se projetado como um das principais atividades econômicas no mundo, promovendo a sustentabilidade natural e sócio-cultural, possibilitando o desenvolvimento das regiões onde é explorado. O turismo representa cerca de 10,2% dentro da economia mundial e movimentou em 2003, cerca de US\$ 4,54 trilhões, como também o setor já é responsável por um em cada nove empregos, conforme divulgou a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2006). O Brasil, devido ao seu território rico em belezas naturais, tem uma tendência natural à atividade turística, e é um dos principais países receptores de turistas. Localizado na Costa do Cacau ao sul do estado da Bahia Ilhéus tornou-se famosa internacionalmente pelos romances de Jorge Amado e por suas belezas naturais como as praias, matas e rios. Para que haja um planejamento turístico adequado é de fundamental importância o conhecimento da demanda turística para que se alcancem os objetivos propostos. Por demanda turística entende-se como a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado o preço, em um determinado período de tempo. O presente estudo tem por objetivo geral analisar a demanda do município de Ilhéus (Estado da Bahia). Neste sentido, vê-se que a análise do perfil do turista, levado em conta as suas inclinações e preferências, tem sido uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento de políticas que visam direcionar e melhorar o local e os produtos turísticos ofertados.

MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho baseou-se no método não-probabilístico aleatório simples utilizando-se o critério de exaustão por se tratar de uma população infinita com aplicação de um número máximo de questionários possíveis em um determinado período de tempo. Os seguintes indicadores foram considerados: País e estado de origem; sexo; idade; estado civil; nível de escolaridade; renda média mensal individual; meio de transporte utilizado; motivo da viagem; composição da viagem, procura por agência de viagem, meio de hospedagem; permanência média e influência da viagem. Foram aplicados 107 questionários na alta estação diferenciada (julho de 2007).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com os resultados da pesquisa observa-se que a maioria dos entrevistados são brasileiros, correspondendo a 99,07%. Os entrevistados provenientes do Estado de Minas Gerais foi o que mais apareceu com 21,50% seguidos pelos do Distrito Federal com 20,56% e São Paulo com 19,63%. Esse fato mostra a necessidade de um programa de marketing para atrair turistas de outros estados visto que com exceção do estado de São Paulo o litoral baiano é procurado por sua proximidade com os outros estados citados. O sexo feminino é maioria com 56,07% enquanto 43,93 % são do sexo masculino. A faixa etária entre 36 a 50 anos foi a mais freqüente na pesquisa com

41,51%, seguido pela faixa de 26 a 35 anos, 27,36%. Assim, comprova-se que a cidade recebe em grande parte um público adulto. Os casados com 69,16% foram os que mais visitaram o município, seguido por solteiros, 24,30%. Quanto ao nível de escolaridade, os dados comprovam que 30,84% possuem o nível superior completo e 29,90% concluíram o segundo grau. Cerca de 57,01% dos entrevistados já haviam visitado o município anteriormente. Em geral, os turistas viajam com a família (74,76 %). Dos turistas amostrados 85,98% não utilizam agências de viagens para organizar suas viagens e 63,55% utilizam o carro como meio de transporte. O meio de hospedagem mais utilizado foi a casa ou apartamento de parentes e amigos seguido da pousada, com 33,64% e 32,91%, respectivamente. 76,63% dos turistas visitaram a cidade para passeio, lazer e recreação motivados principalmente por seus atrativos naturais (76,40%). A influência da viagem foi comentários de parentes e amigos e por já conhecer o local visitado, ambas com 49,46%. A permanência média, em dias, dos turistas em Ilhéus foi de 8,96. A renda média foi de R\$ 3360,22, mostrando que os turistas que visitam Ilhéus apresentam um padrão de renda elevado.

CONCLUSÕES

A partir dos dados pesquisados e da análise dos resultados verifica-se que a maioria dos turistas entrevistados é de estados próximos da Bahia e do próprio estado, pois Ilhéus é o município praiano mais próximo, ficam hospedados em casa/apartamento de parentes ou amigos não procuram agência de viagem Portanto, conclui-se que existe uma grande necessidade de melhor atuação de iniciativa pública e privada na elaboração e execução de estruturas que venham atrair novos turistas para haver uma maior circulação renda no município.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CERQUEIRA, C. A. Análise estrutural do turismo do município de Ilhéus (BA). Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Escola Superior e Agricultura Luiz de Queiroz – Universidade de São Paulo, 2002.

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

MIRA, E. C. Fatores impeditivos à formação do cluster turístico-cultural de Ilhéus, Bahia. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Santa Cruz, Universidade Federal da Bahia, 2003.

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.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira, 2001

PALAVRAS-CHAVE: Perfil, turismo, planejamento turístico

AGÊNCIAS FINANCIADORAS: UESC; FAPESB.