

Quadro 3.61. Estabelecimentos Comerciais de Serviços Turísticos em Porto Seguro

Principais Atividades	1995	1999	Crescimento (%)
Agência de Turismo	56	102	82%
Bares, cafés e lanchonetes	723	981	36%
Baile / shows	5	16	220%
Conserto de veículos	45	15	(- 67%)
Distribuidoras de gás	16	23	44%
Hotéis / pousadas e motéis	431	532	23%
Locadora de veículos	99	129	30%
Locadora de fitas	21	35	67%
Restaurantes	202	285	41%
Supermercados	41	60	46%
Transporte hidroviário	23	32	39%
Outros	2.579	5.236	103%
Total	4.241	7.446	76%

(Fonte: Diomira. "Avaliação do Impacto Econômico...". op cit. 2001. p. 52.)

Analisando-se o quadro 3.61, acima, pode-se perceber o aumento expressivo, entre 1995 e 1999, da atividade de Bailes e Shows, com um crescimento total de 220%, ou 34% a.a., e das atividades relacionadas ao agenciamento de viagens de turismo, passando de 56 estabelecimentos para 102, ou seja, um aumento total de 82%. O setor de hospedagem, por sua vez, apresentou um crescimento total de 23%, ou 5% a.a. Tal fato se deve à mudança ocorrida nos últimos anos, neste setor, que vem registrando um ritmo menor de abertura de novos negócios que, porém, são de maior tamanho e de melhor qualidade.

3.10. DEMANDA

3.10.1. Demanda Atual

A Costa do Descobrimento, até o início da década de 70, apresentava uma visitação bastante reduzida, restrita, basicamente, a pequenos comerciantes que iam à região com objetivos comerciais. Devido à pavimentação asfáltica da rodovia BR-101, este quadro apresentou mudanças, com o município de Porto Seguro começando a receber, segundo Tofani¹, um visitante do tipo "aventureiro". Este tipo de turista chegava sem exigências sobre a hospedagem e a alimentação, permanecia acampado em barraca ou nas casas dos moradores e, em muitos casos, estabelecia laços estreitos de amizade com as comunidades. Para Plog² (1973 apud Ruschmann, 1997: 94), tratava-se de um turista alocêntrico, ou seja, pessoas extrovertidas e autoconfiantes, com padrões de interesse em várias atividades e que buscam, sempre, novidades e aventuras.

Com a melhoria dos acessos e o estabelecimento de maiores facilidades para a recepção de visitantes, a demanda turística na região foi crescendo, chegando, já em 1993, a pouco mais de meio milhão de turistas. Assim, o visitante que era aventureiro

¹ Tofani, F. *The Challengers of Sustainable Tourism Development in Coastal Settings under the Impacts of Tourism: The Case of Porto Seguro in Southern Bahia, Brasil*. Dissertação de Mestrado na University of New Scotia – UK. 1996. p. 184-185.

² RUSCHMANN, Doris. Turismo e Desenvolvimento Sustentável – A Proteção do Meio Ambiente.

passa a ter um perfil mais introvertido, avesso a inconstâncias, viajando com a família e procurando um local em que pudesse relaxar e ter momentos de lazer.

Para este Plano, a principal fonte de dados para a identificação da demanda para a Costa do Descobrimento foi a pesquisa encomendada pelo Órgão Oficial de Turismo da Bahia, a BAHIATURSA, arrolada em trabalho de campo no período de janeiro de 2001, em Porto Seguro, ou seja, no período de alta estação. Os quadros visam demonstrar o perfil médio dos turistas que viajam à Costa do Descobrimento, bem como os seus interesses, suas condições de viagem e sua avaliação da região. Constitui-se, também, parte complementar deste capítulo, o Estudo de Projeção do Fluxo Turístico para o Pólo da Costa do Descobrimento, exigido pelo Termo de Referência.

Quadro 3.62. Caracterização da Demanda – CD / Pesquisa: Bahiatura janeiro 2001.

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
ORIGEM	93,7	6,5	--
SEXO			
Masculino	56,5	56,5	56,5
Feminino	43,5	43,5	43,5
TEMPO PERMANÊNCIA	7,8	6,2	7,6
GASTO/DIA (US\$)	33,10	91,10	36,90
OCUPAÇÃO			
Func. Público	26,9	17,4	25,9
Prof. Liberal	11,9	28,3	13,5
Comerciante	13,3	6,5	12,6
Estudante	12,1	0	10,9
Industrial	8,1	6,5	8,0
Outros	27,7	41,3	29,1
ESCOLARIDADE			
Sem instrução formal	0,2	0	0,2
1. grau	4,2	0	3,8
2. grau	28,9	2,2	26,2
Pós-médio	3,5	4,3	3,5
Superior	54,6	69,6	56,1
Pós-Graduação	6,4	21,7	8,0
Outros	2,2	2,2	2,2
ATIVIDADE ECONÔMICA			
Empreg. Setor Priv.	24,2	23,9	24,2
Empreg. Setor Público	26,0	21,7	26,4
Prof. Liberal	12,6	28,3	14,2
Empresário	15,6	17,4	15,7
Merc. Informal	1,2	0	1,1
Desempregado	2,2	0	2,0
Outros	18,2	8,7	16,4

Continuação do Quadro 3.62 – Caracterização da Demanda – CD
Pesquisa: Bahiatursa janeiro 2001

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
MOTIVO DA VIAGEM			
Passeio	88,4	95,6	89,1
Visita parentes/amigos	8,6	2,2	8,0
Congresso/Convenção	0	0	0
Negócios	0,2	0	0,2
Trabalho	2,0	2,2	2,0
Saúde	0,2	0	0,2
Religião	0	0	0
Outros	0,6	0	0,5
FORMA DE VIAJAR			
Só	13,8	13,0	13,7
Com Amigos	14,8	37,0	17,1
Com Família	69,4	47,8	67,2
Em Excursão	2,0	2,2	2,0
ORGANIZ. DA VIAGEM			
Agência	24,0	41,3	25,7
Individual	76,0	58,7	74,3
GASTO MÉDIO/PACOTE(US\$)	787	1.175	860
FATOR DECISÓRIO			
Atrat. Naturais	92,4	97,7	93,1
Ecoturismo	0,3	-	0,2
Tur. Rural	1,1	-	1,0
Manifest. Populares	4,2	2,3	4,0
Patr. Hist/Cult	1,7	-	1,5
Preço Favorável	0,3	-	0,2
ATRATIVO NATURAL QUE INFLUENCIOU			
Litoral/Praias	98,2	97,7	98,1
Dunas	0	0	0
Rios	0	0	0
Manguezais	0	0	0
Quedas d'Água	0	0	0
Vegetação	1,2	2,3	1,3
Parques/Reservas	0,3	0	0,3
Grutas/Cavernas	0	0	0
Áreas de Caça/Pesca	0	0	0
Outros	0,3	0	0,3
MANIFESTAÇÃO POPULAR QUE INFLUENCIOU			
Folclore	6,7	0	6,3
Religiosidade	0	0	0
Música/Dança	80,0	100	81,3
Culinária	0	0	0
Artesanato	6,7	0	6,3
Outros	93,4	0	6,1
INFLUÊNCIA NA DECISÃO DA VISITA			
Coment. Amigos/Parentes	50,3	44	50,0
Agencia de Viagem	3,9	22,7	6,0
TV	26,3	33,3	28,6
Outros	19,5	0	15,4

Continuação do Quadro 3.62 – Caracterização da Demanda – CD
Pesquisa: Bahiatursa janeiro 2001

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
Outras Mídias	10,5	11,1	10,7
Já conhecia	39,9	2,3	35,8
Internet	0	6,8	0,7
Stand em Feiras	0	0	0
Road Show	0	0	0
Outros	49,6	79,8	52,8
MEIO DE TRANSPORTE			
Ônibus de linha	10,6	2,2	9,8
Ônibus fretado	2,0	0	1,8
Automóvel	45,9	4,3	41,4
Avião v/ regular	24,2	84,8	30,4
Avião v/ charter	17,0	8,7	16,2
Navio	0	0	0,2
Outros	0,3	0	0
MEIO DE HOSPEDAGEM			
Hotel	43,7	54,3	44,8
Apart-Hotel	1,00	0	0,9
Pousada	38,8	41,3	39,0
Casa/Ap. aluguel	3,0	0	2,7
Casa Própria	3,5	0	3,1
Pensão / Hospedaria	0,7	0	0,7
Amigo/Parente	6,7	2,2	6,2
Camping	1,7	0	1,6
Albergue	0	0	0
Outros	0,9	2,2	1,0
FAIXA ETÁRIA – MÉDIA (anos)	35	35	35
RENDA MÉDIA (US\$)	1.686	2.768	1.808
ESTRUTURA GASTOS (%)			
Hospedagem	37,2	35,5	37,0
Alimentação	23,3	22,1	23,1
Transporte Local	3,5	9,4	4,2
Diversão / entret.	20,6	17,6	20,3
Compras	12,4	13,6	12,6
Outros	3,0	1,8	2,8
FREQUÊNCIA DA VISITA			
Primeira Vez	45,4	80,4	49,0
Não era a Primeira Vez	54,6	18,6	51,0
QUALIDADE -			
Muito melhor	54,8	44,5	54,3
Pouco melhor	19,0	22,2	19,1
Permanece igual	19,9	22,2	20,0
Pouco pior	4,5	11,1	4,8
Muito pior	0,9	0	0,9
Não se aplica	0,9	0	0,9
IMAGEM ANTERIOR			
Ótima	48,1	41,3	47,5
Boa	49,6	56,5	50,3
Regular	1,7	2,2	1,8
Ruim	0,2	-	0,2
Péssima	0,2	-	0,2

Continuação do Quadro 3.62 – Caracterização da Demanda – CD
Pesquisa: Bahiatursa janeiro 2001

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
ATENDIMENTO À EXPECTATIVA			
Correspondeu plenamente	77,8	71,8	74,5
Correspondeu em parte	1,2	4,3	1,6
Não Corresp/Decepcionou	21,0	23,9	23,9
INTENÇÃO DE VOLTAR			
Pretendem voltar	90,6	67,4	88,2
Não pretendem voltar	3,0	21,7	4,9
Não sabe	6,4	10,9	6,9
QUANDO PRETENDE VOLTAR			
De 1 a 6 meses	12,8	25,8	13,8
De 6 meses a 1 ano	45,2	25,8	43,7
Mais de 1 ano	42,0	48,8	42,5
RECOMENDARIA ESTE LUGAR			
Sim	94,1	93,5	94,0
Não	1,5	4,3	4,3
Não sabe	4,4	2,2	2,2

Fonte: Bahiatursa.

3.10.2. Estudo de Projeção do Fluxo Turístico

O Estudo de Projeção do Fluxo Turístico para o Pólo da Costa do Descobrimento tem como objetivo servir de base para o Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável da Costa do Descobrimento. Visa-se, desta forma, atender às exigências das instituições financiadoras para a contratação da nova etapa do PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil, conforme o Termo de Referência de Junho de 2001.

Metodologia

A metodologia adotada consistiu em levantamentos de fontes secundárias, com uma projeção do fluxo turístico para os anos 2005, 2010, 2015, utilizando-se dos dados históricos existentes na região objeto de estudo. Desta forma, foi dividido em duas fases, a saber: (1) Levantamento dos Dados; e (2) Projeção do Fluxo Turístico.

Levantamento dos Dados

O levantamento de dados foi realizado junto às instituições de turismo oficiais do Estado da Bahia, que são: a Empresa de Turismo da Bahia S/A – BAHIATURSA e a Superintendência de Desenvolvimento do Turismo – SUDETUR, da Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia.

A partir dos dados disponibilizados, elaboraram-se três quadros, abrangendo um período de 9 anos (de 1992 até 2000), que identificaram os seguintes itens: (i) a demanda turística, na alta temporada turística, dividida entre turistas nacionais e internacionais, considerando-se como alta temporada os meses de janeiro, fevereiro, março, julho, outubro e dezembro; (ii) a demanda turística, na baixa temporada turística, dividida entre turistas nacionais e internacionais, considerando-se como período de baixa temporada os meses de abril, maio, junho, agosto, setembro e novembro; e (iii) a demanda turística anual da Costa do Descobrimento. Salieta-se que esta divisão para

os meses de alta estação ocorre devido, sobretudo, aos períodos de férias escolares (janeiro e julho) e feriados prolongados (*réveillon* em dezembro/janeiro, carnaval em fevereiro/março e semana de recesso escolar em outubro) e foi realizada com base no movimento de passageiros do aeroporto de Porto Seguro.

As variáveis, comuns em todos os quadros são: (1) fluxo turístico; (2) permanência média do turista; (3) taxa de ocupação hoteleira; (4) percentual dos turistas que visitam pela primeira vez a localidade; (5) percentual de turistas que vieram por indicação de outros; e (6) gastos em marketing promocional, público e privado.

Quadro 3.63. Evolução da Demanda Turística na Alta Estação na Costa do Descobrimento – 1992/2000

Variável	Alta Estação**																	
	Nacional							Internacional										
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Fluxo turístico (número de visitantes em mil)	279,0*	304,2	340,6*	342,8	473,6	488,4	552,5	575,4	626,8	37,8*	41,1	31,2*	17,5	10,7	17,3	15,1	20,1	28,8
2. Permanência média do turista (em dias)	11,7	7,4	7,8*	7,5	8,1	8,3	7,5	7,2	8,1	10,0	10,3	10,6	17,2	12,5	9,9	15,2	9,2	8,4
3. Taxa de ocupação hoteleira (em UH's)	49,5*	49,5	55,2*	61,5*	68,7	74,3	83,9	82,2	73,7	3,2*	3,2	2,6*	2,5*	1,5	2,6	2,3	2,9	3,4
4. Percentual dos turistas que visitam pela primeira vez a localidade	51,2	52,8	53,2*	48,3	52,9	51,7	57,4*	51,7	45,2	80,8	74,2	64,9*	50,0	52,9	67,7	69,8	66,7	61,9
5. Percentual de turistas que vieram por indicação de outros	63,2	77,9	78,5*	79,1	56,7	53,8	53,6*	57,8	45,8	77,0	74,1	67,7*	75,0	76,9	63,8	67,2	79,4	53,7
6. Gastos em marketing promocional (em mil US\$)	640,1*	719,2*	808,1*	913,0	972,2	1,300,4	1,190,6	1,316,6	1,572,3	274,3*	308,2*	346,3*	391,3	416,6	557,3	510,2	564,2	673,8
6.1. Públicos	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
6.2. Privados	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd

*Estimativa

**Foram considerados como de alta estação os meses de janeiro, fevereiro, março, julho, outubro e dezembro, com base no movimento de passageiros do aeroporto de Porto Seguro.

Nd.: Dado não disponível (ver págs.: 9-10)
(Fonte: BAHIA-TURSA, 2001)

Quadro 3.64. Evolução da Demanda Turística na Baixa Estação na Costa do Descobrimento – 1992/2000

Variável	Baixa Estação*																	
	Nacional							Internacional										
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Fluxo turístico (número de visitantes em mil)	194,2*	211,7	237,3	245,2	255,7*	306,0*	361,0	403,1*	371,9*	9,9*	10,9	13,7	15,7	13,2*	11,9*	9,6	10,6*	9,8*
2. Permanência média do turista (em dias)	7,1	6,6	7,0*	7,5	7,7*	8,0*	7,4	6,9*	7,7*	6,7	7,5	10,3*	13,2	12,0*	10,9*	10,1	9,2*	8,4*
3. Taxa de ocupação hoteleira (em UH's)	24,5	34,4	37,7*	41,4*	45,5*	49,9*	54,8	53,7*	48,1*	2,9	1,8	1,7*	1,6*	1,6*	1,5*	1,5	1,5*	1,5*
4. Percentual dos turistas que visitam pela primeira vez a localidade	49,4	60,0	62,1*	64,2	63,7*	65*	57,8*	63,5*	71,4*	90,0	52,2	56,8*	61,5	78,9*	64,0*	62,0*	64,7*	69,3*
5. Percentual de turistas que vieram por indicação de outros	61,9	74,6	72,3*	70,0	50,2*	47,6*	47,5*	51,2*	40,6*	61,1*	59,1	69,1*	79,1	81,1*	67,3*	70,9*	82,9*	56,1*
6. Gastos em marketing promocional (em mil US\$)																		
6.1. Públicos	640,1*	719,2*	808,1*	913,0	972,2	1,300,4	1,90,6	1,316,6	1,572,3	274,3*	308,2*	346,3*	391,3	416,6	557,3	510,2	564,2	673,8
6.2. Privados	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd

*Estimativa

**Foram considerados como de baixa estação os meses de abril, maio, junho, agosto, setembro e novembro, com base no movimento de passageiros do aeroporto de Porto Seguro.

Nd.: Dado não disponível (ver págs.: 9-10)

(Fonte: BAHIA/TURSA, 2001)

Quadro 3.65. Evolução da Demanda Turística Anual na Costa do Descobrimento – 1992/2000

Variável	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Fluxo turístico (número de visitantes em mil)	520,9*	567,97	622,89	621,26	753,24	823,73	938,26	1.009,23	1.037,45
2. Permanência média do turista (em dias)	9,4	7,1	7,5*	7,8	8,2	8,4	7,6	7,2	8,1
3. Taxa de ocupação hoteleira (em UH's)	40,4**	47,7	51,6	56,7*	62,33	58,26	71,31	70,04	65,06
4. Percentual dos turistas que visitam pela primeira vez a localidade	50,30	59,87	59,4	58,93	52,93	52,29	57,77	52,23	46,00
5. Percentual de turistas que vieram por indicação de outros	64,10	76,50	75,0	73,50	57,08	54,12	53,99	58,57	46,20
6. Gastos em marketing promocional (em mil US\$)									
6.1. Públicos	1,829,0*	2,055,0*	2,309,0*	2,609,7	2,777,8	3,715,5	3,401,9	3,761,8	4,492,5
6.2. Privados	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd

*Esfimativa

**2º semestre de 1992.

Nd.: Dado não disponível (ver págs.: 9-10)
(Fonte: BAHIA/TURSA, 2001)

3.10.3. Comentário sobre a Qualidade e Confiabilidade dos Dados

Para definir o volume de visitantes para a Costa do Descobrimento (item 1 dos quadros 3.63, 3.64 e 3.65 acima), utilizaram-se levantamentos sobre o turismo no Estado da Bahia, realizados pela BAHIATURSA. Para elaborar tais pesquisas, esta instituição utiliza uma análise que cruza informações da oferta de unidades habitacionais (UHs) e leitos dos meios de hospedagem, das respectivas taxas de ocupação, da permanência média no destino e da relação hóspede/UH, tendo como base principal, os dados correspondentes a Salvador. Neste contexto, registra-se uma significativa participação da capital na demanda turística do Estado da Bahia devido, sobretudo, à diversidade de atrações turísticas atinentes a múltiplos segmentos, tais como o turismo histórico-cultural, de lazer, negócios e eventos.

Desta forma, o modelo de identificação do volume de visitantes à área objeto de estudo apresenta resultados bastante coerentes e adequados às normas metodológicas sendo, portanto, de qualidade e conteúdo confiáveis. Entretanto, podem ser apontadas algumas fraquezas relacionadas à base de informação focada, principalmente, na oferta dos meios de hospedagem e na sua taxa de ocupação. Neste sentido, considera-se que o levantamento realizado em Porto Seguro se apresenta restrito, podendo ocorrer o direcionamento dos dados para um segmento da oferta existente. Assim, sugere-se uma investigação específica da oferta hoteleira local, com uma amostragem que caracterize o perfil da ocupação nos diversos tipos de meios de hospedagem existentes na região, medida esta que, certamente, elevaria o grau de confiança nos resultados aqui apresentados.

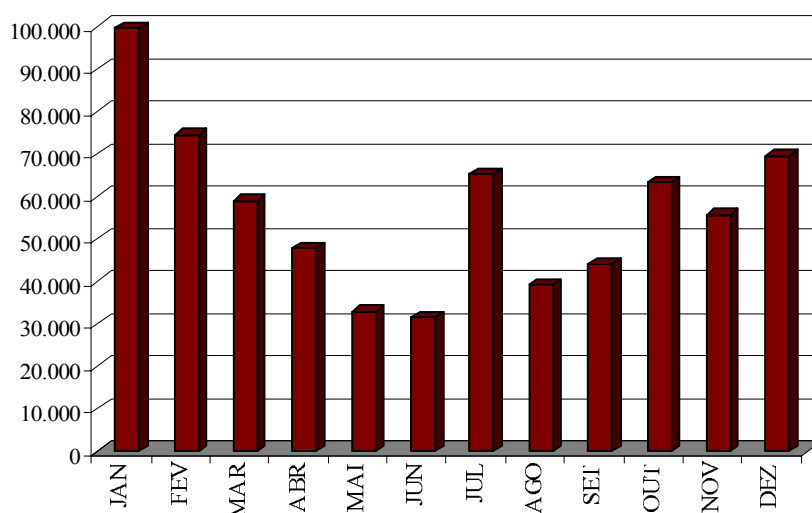
Para a identificação das características da demanda para a Costa do Descobrimento, as principais fontes de dados foram as pesquisas de turismo receptivo, realizadas pelo Órgão Oficial de Turismo da Bahia, a BAHIATURSA, arrolados em trabalhos de campo, desde 1992, em Porto Seguro, nos períodos de alta e baixa estação. A metodologia aplicada consiste na realização de entrevistas com os turistas que deixam os municípios da região-objeto das pesquisas – no aeroporto, no terminal rodoviário e na rodovia BR-367 (a partir de 2001, também na BR-415) -, que já se encontravam nos municípios da Costa do Descobrimento, tendo conhecido/utilizado os atrativos, equipamentos e serviços turísticos, além da infra-estrutura básica e urbana, utilizando-se de um modelo amostral probabilístico simples, com escolha casual na definição do quantitativo dos informantes-chave das pesquisas, os visitantes caracterizados como turistas.

São considerados turistas, para efeito dessas pesquisas, os visitantes que permaneceram pelo menos um pernoite ou 24 horas e não mais que um ano consecutivo no destino, e que não tenham exercido, durante sua estadia, qualquer atividade que envolva remuneração fixa na localidade visitada, conforme conceitos universais, emanados da Organização Mundial de Turismo – OMT.

A metodologia aplicada para a determinação das características da demanda para a região é consistente e de acordo com as normas da OMT, ou seja, nos principais pontos de saída, em períodos de alta e baixa temporada. Além disso, já contam com um acompanhamento histórico de nove anos, podendo ser traçado, com certa segurança, o perfil do visitante, tanto nos aspectos demográficos, quanto nos socioeconômicos. No entanto, esta sistemática é realizada com maior regularidade nos períodos de maior visitação turística – janeiro e julho, tendo ocorrido com menor frequência nos períodos de baixa temporada. Tal fato, induz ao perfil médio do turista para um período de sucesso – quando os hotéis e restaurantes estão cheios e a estrutura receptiva funciona com quase

80% da capacidade instalada, restringindo o potencial da análise. Ao mesmo tempo, a opção adotada pela BAHIATURSA em concentrar suas pesquisas nos meses de alta temporada, é justificada por ser este o período que representa a parcela mais significativa da demanda turística anual para a Costa do Descobrimento correspondendo, por exemplo, no ano 2000, a cerca de 63,2% do movimento do aeroporto de Porto Seguro, conforme o Gráfico 3.3 a seguir:

Gráfico 3.3. Movimento de Passageiros do Aeroporto de Porto Seguro - 2000.



Quadro 3.66: Participação Mensal do Movimento de Passageiros no Aeroporto de Porto Seguro - 2000

Meses	(%) do Movimento Anual de Passageiros no Aeroporto de Porto Seguro*
Janeiro	14,6%
Fevereiro	10,9%
Março	8,6%
Abril	7,0%
Mai	4,8%
Junho	4,6%
Julho	9,6%
Agosto	5,7%
Setembro	6,5%
Outubro	9,3%
Novembro	8,2%
Dezembro	10,2%
TOTAL	100,0%

FONTE: LANGE (até fevereiro/2000) / SINART (a partir de março/2000)

**Dados correspondentes ao nº de pousos e de pax's embarcados, computados em dobro.*

Assim, pode-se perceber que a alta temporada, na região da Costa do Descobrimento, é composta de cinco meses, janeiro, fevereiro, julho, outubro e dezembro,

com um movimento acima de 9% da demanda anual total. É importante salientar que tal curva de sazonalidade é singular para destinos de “sol e praia” que, em geral, apresentam apenas os três meses de verão como de alta estação turística.

Na determinação da taxa de ocupação hoteleira de UHs (item 3 dos Quadros 3.63, 3.64 e 3.65.), foi utilizado o levantamento da BAHIATURSA, que faz um comparativo entre o total de UHs ofertadas e ocupadas, chegando-se ao percentual de ocupação. O método apresenta-se adequado, mas a representatividade dos dados obtidos é baixa em relação ao universo da capacidade total instalada de UHs e leitos, devido ao baixo índice de respostas e à irregularidade no fornecimento das informações pelos meios de hospedagem.

Por fim, para a identificação dos gastos em marketing promocional específico para a Costa do Descobrimento (item 6 dos quadros 3.63, 3.64 e 3.65) foram considerados, para os gastos públicos (item 6.1.), os percentuais do fluxo turístico da região em relação ao fluxo global do Estado e aplicado sobre o gasto total do Governo do Estado para promoção e divulgação, que são divididos igualmente ao longo do ano, estimando-se para promoção internacional 30% do total aplicado e para promoção no mercado nacional 70%, transformados em dólares americanos pela cotação média anual desta moeda frente ao Real.

Com relação aos investimentos privados em marketing promocional específico para a Costa do Descobrimento (Quadros 3.63, 3.64 e 3.65), não foi possível obter junto ao empresariado (hoteleiros, agentes e operadores) dados históricos consistentes sobre os anos estudados, entendendo-se, portanto, como tecnicamente inviável de se elaborar uma aproximação. Para a obtenção de tal dado, sugere-se que seja realizada uma pesquisa com esses segmentos empresariais, ampla e contínua, que identifique o montante privado destinado para tal fim.

No entanto, na tentativa de se identificar qual a periodicidade com que as principais operadoras turísticas nacionais divulgam produtos da Costa do Descobrimento, e sua relação com destinos concorrentes, o levantamento realizado nos cadernos de turismo dos jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e Jornal do Brasil, e na revista Viagens e Turismo, demonstrou que a região possui uma farta divulgação do setor privado contando, portanto, com uma cifra razoável do montante destinado ao marketing de seus produtos em geral, como demonstrado nos quadros que se seguem:

Quadro 3.67. Número de Anúncios Sobre Destinos Nacionais, do Nordeste e da Bahia - maio/junho-2001

Total	Anúncios		
	Nacionais	Nordeste	Bahia
Absoluto	1.681	1.094	457
Relativo (%)	100%	65%	42%

(Fonte: SCT / SUDETUR, 2001).

Como se pode verificar pelo quadro 3.67 acima, dos 1.681 anúncios sobre destinos nacionais, encontrados nos principais meios de comunicação impressa, 65% estavam divulgando a região nordeste brasileira, dos quais 42% relacionavam-se com o Estado da Bahia.

Analisando-se somente os destinos baianos, pode-se identificar que Porto Seguro é o segundo destino baiano que ocupa maior espaço nos anúncios das principais operadoras nacionais, com 14% do total direcionado ao Estado da Bahia. Convém

lembrar que o destino Costa do Sauípe, que ocupa o primeiro lugar, é um produto novíssimo, que está realizando um esforço concentrado de inserção no mercado, diferentemente de Porto Seguro, que é um destino com imagem já consolidada neste mesmo mercado contando, portanto, com um retorno de vendas já estabelecido.

Quadro 3.68. Número de Anúncios sobre os Destinos Baianos - maio/junho-2001

Total	Anúncios					
	Praia do Forte	Costa do Sauípe	Salvador	Morro de São Paulo	Ilhéus	Porto Seguro
Absoluto	46	69	58	34	34	62
Relativo (%)	10%	15%	13%	7%	7%	14%

(Fonte: SCT / SUDETUR, 2001).

Apesar de reconhecer que esta avaliação não apresenta a mesma consistência dos dados obtidos para os investimentos públicos, que foram identificados a partir de uma estimativa sobre a despesa total efetivamente realizada, com promoção e divulgação pelo Governo do Estado, pode-se afirmar que a Costa do Descobrimento situa-se em um espaço de marketing significativo e coerente com a sua importância como destino turístico no mercado nacional. Salienta-se, por fim, que não foi possível obter os dados sobre eventuais esforços municipais e federais para a divulgação do turismo da região.

3.10.4 Capacidade Hoteleira x Demanda

Como pode ser avaliado nos dados indicados nos quadros contendo número de turistas desejados na Costa do Descobrimento e características dos turistas desejados incluídos no capítulo 5, a capacidade hoteleira na Costa do Descobrimento apresenta-se adequada ao volume do fluxo turístico atual não sendo, portanto, um fator limitante ou restritivo ao crescimento da demanda na alta temporada. Tal fato é facilmente constatado ao se observar que em 1998, ano em que a oferta de leitos foi mais exigida, alcançou-se o patamar médio de 86,2% de ocupação de UH's na alta estação turística, ou seja, com uma margem média de 13,8% da capacidade total instalada na região.

3.10.5. Evolução da Demanda até a Desvalorização do Real

Analisando-se o quadro 3.59, pode-se identificar que, entre 1992 e 1998, o fluxo turístico para a Costa do Descobrimento apresentou um crescimento total de 80%, a uma taxa média de 10% ao ano. Neste sentido, destacam-se, no período, os anos de 1995 e de 1996, como atípicos na evolução da demanda turística, porque o volume de visitantes foi praticamente o mesmo entre 1994 e 1995.

Tal fato pode ter ocorrido devido à implantação do Plano Real, em julho de 1994, que valorizou a moeda brasileira, levando a duas reações na demanda turística para destinos nacionais: (i) muitos brasileiros que poderiam ir ao Nordeste trocaram-no por outras destinações internacionais; (ii) os estrangeiros, principalmente os argentinos e uruguaios, deixaram de vir ao Brasil, devido à situação cambial desfavorável nestes países, em relação à moeda brasileira.

Além disso, pode-se notar, no quadro contendo o número de turistas desejados na Costa do descobrimento, capítulo 5, a queda de visitantes internacionais na região objeto de estudo, na alta temporada, passando de 31.200 visitantes em 1994 para 17.500 em

1995, uma queda de 44% em um ano. Já o período de 1996 se destaca pelo aumento significativo no número de turistas à região, com um crescimento de 21%, o maior em todo o período analisado devido, sobretudo, ao afluxo de brasileiros, na alta temporada. Isto aconteceu pela entrada no mercado de um segmento consumidor que não viajava anteriormente ao Plano Real e que, com as facilidades de parcelamento dos “pacotes turísticos” e o temporário barateamento das passagens aéreas, começou a viajar para os destinos mais baratos.

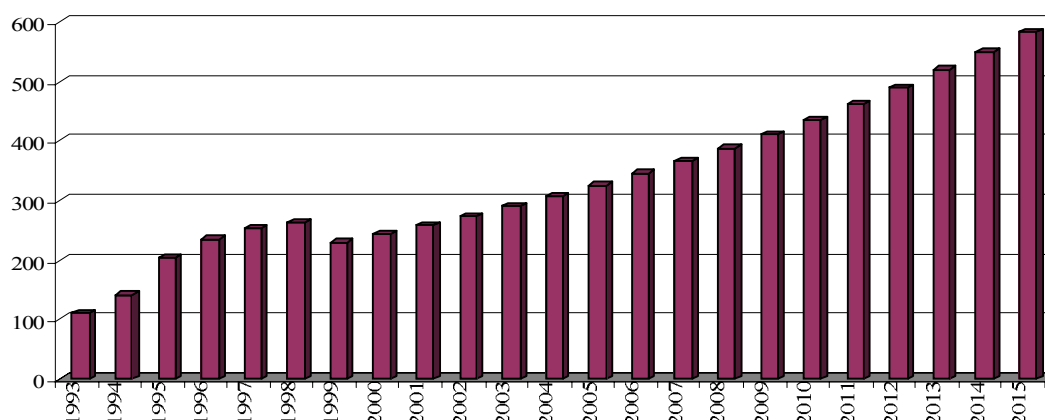
3.10.6. Evolução da Demanda a partir da Desvalorização do Real

Analisando-se o comportamento da demanda turística desde a época da desvalorização do Real, no início de 1999, pode-se notar que a evolução do ritmo de crescimento no volume de visitantes não apresentou grandes variações. Assim, desde que ocorreram as mudanças na política cambial, houve um aumento de 11% no total de turistas na Costa do Descobrimento, sendo 8% entre 1998 e 1999, e 3% no período seguinte.

Quanto ao comportamento do visitante, relacionado à sua permanência média, aos que visitam a região pela primeira vez e aos que vieram indicados por amigos e parentes, pode-se inferir que não houve uma diferença significativa entre o histórico evolutivo da demanda, ao longo da década de 90, e o fato econômico, do início de 1999. Entende-se, portanto, que tais aspectos já apresentam uma evolução cíclica, com os períodos de alta e de baixa estação, influenciados por outras variáveis de maior importância. Por exemplo, a taxa média anual de ocupação hoteleira, até 1997, não passava dos 60%, no entanto, a partir de 1998, saltou para 71%, mantendo-se neste patamar em 1999, com uma pequena queda em 2000. Os fatores que mais interferiram para esta mudança foram a maior competitividade que vem ocorrendo no setor aéreo nacional, desde 1998, com a entrada de novas empresas no mercado, e uma política pública, de controle dos preços das passagens, mais liberal para o setor.

Em relação à receita gerada pelo turismo em Porto Seguro, estima-se para o ano 2001 uma receita bruta de US\$ 245,18 milhões, 6% superior àquela apresentada no ano anterior, e cerca de 27% da receita total do setor do turismo no Estado da Bahia. É importante notar que, de 1993 até o ano 2000, a receita turística na região apresentou uma elevação de 110,1% em Porto Seguro, ou seja, um crescimento anual de 11,2%.

Gráfico 3.4. Receita Gerada pelo Turismo em Porto Seguro (Em US\$ milhões) - 2001.



Quadro 3.69. Receita Gerada pelo Turismo em Porto Seguro (Em US\$ milhões) - 2001¹

Ano	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Receita	110,10	141,73	204,40	234,92	253,19	262,65	229,55	231,30
Ano	2001*	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Receita	245,18	259,89	275,80	292,01	309,53	328,10	347,79	390,78
Ano	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Receita	390,78	414,22	439,08	465,42	493,35	522,95	554,33	

(Fonte: BAHIATURSA, 2001) * Estimativa.

Assim, utilizando-se de estimativas conservadoras de um crescimento médio de 6% a.a., segundo a BAHIATURSA, 2001, o setor do turismo deverá gerar, no ano de 2015, um montante de US\$ 554,33 milhões em Porto Seguro.

De qualquer forma, chega-se ao ano de 2001 com o município de Porto Seguro sendo considerado um dos mais conhecidos e importantes núcleos turísticos do Brasil, devido à sua grande variedade de atrativos turísticos naturais e culturais que, aliados a uma localização estratégica, frente aos principais mercados nacionais, propiciaram a expansão da atividade turística para além dos seus limites, ou seja, para Santa Cruz Cabrália e Belmonte.

3.10.7. Considerações sobre a Condição do Risco de não Ocorrência do Crescimento Projetado no Cenário Correspondente à Hipótese Média de Trabalho

No quadro 3.70 o crescimento da receita turística é tomado como meta para o período 2001/2015 a uma taxa anual de 6% (hipótese média de trabalho). No contexto deste Plano os dados relativos à projeção do fluxo de turistas também obedecem a uma hipótese média de trabalho, neste caso de 4% a.a.

As taxas anuais de crescimento projetadas neste Plano, nas hipóteses média de trabalho adotadas como base para as projeções e análises, de 4% para o fluxo e de 6% para a receita, podem ser consideradas realistas e bastante exequíveis, dado que não estão sendo sinalizadas em uma conjuntura de estagnação da economia do Estado, pelo contrário, os indicadores disponíveis indicam uma perspectiva positiva quanto à dinâmica econômica e o nível de investimentos na maioria dos setores componentes da estrutura produtiva da Bahia.

A implantação da FORD, por exemplo, correspondendo a investimentos da ordem de US\$1,2 bilhão, propiciará oportunidades de novos investimentos, impactando de modo expressivo e nunca antes visto nas cadeias e complexos produtivos da economia baiana, projetando-se que o PIB do Estado da Bahia, estimado em US\$ 26,7 bilhões, no ano 2000, seja duplicado em 10 anos.

O crescimento linear do fluxo de turistas e da receita turística, projetado até 2015, pode, no entanto, sofrer algum ponto de inflexão, face à ocorrência de algum evento conjuntural durante o período da projeção; porém, tal inflexão pode se dar tanto para mais como para menos.

¹ BAHIATURSA. Desempenho do Turismo Baiano 1991-2000. Salvador: 2001. Cap. 12.

Em função disso, para a estimativa das metas quantitativas apresentadas neste Plano, definiu-se, *a priori*, três cenários ou hipóteses de trabalho, a partir das quais projetou-se os dados a uma taxa de crescimento anual fixa para cada uma das hipóteses: para o fluxo turístico => fraca = 2% a.a., média = 4% a.a. e forte = 6% a.a.; para a receita turística => fraca = 4% a.a., média = 6% a.a. e forte = 8% a.a.

Essas taxas de crescimento foram delimitadas levando-se em conta:

- a conjuntura econômica do país e do Estado;
- a perspectiva de crescimento do PIB brasileiro e baiano;
- a política de desregulamentação do espaço/mercado aéreo do Brasil;
- as tendências dos fluxos turísticos mundiais projetados pela OMT;
- o nível de atratividade e competitividade da Bahia em relação a outros destinos; e
- aspectos específicos da dinâmica social, cultural e econômica no âmbito estadual.

Os quadros 3.70, 3.71 e 3.72 a seguir, contrapõem as três hipóteses de trabalho, em termos das taxas de crescimento de fluxo e receita, em relação aos cenários alternativos vislumbrados como metas para o período 2001/2015. Caso a hipótese média não se confirme (quadro 3.70 - 1º quadro), os resultados se aproximarão do cenário mais pessimista (quadro 3.71 - 2º quadro), ou do cenário mais otimista (quadro 3.72 - 3º quadro), se redefinindo então as hipóteses de trabalho e procedendo-se os devidos ajustes nas projeções e no próprio processo de planejamento da atividade turística. É importante frisar que, nos três cenários, a estratégia de desenvolvimento do turismo na Bahia estará sendo desenvolvida atingindo-se os objetivos do Plano, embora em diferentes patamares de eficácia.

Alterações inesperadas e relevantes do mercado, a médio e longos prazo, que possam provocar mudanças no nível de ocupação e no tempo de permanência nos meios de hospedagem, estarão contempladas e serão absorvidas nos três patamares de estimação do fluxo turístico, levando a uma alteração de posicionamento no ano crítico da ocorrência de uma mudança do mercado.

Quadro 3.70. Metas do Turismo em Porto Seguro (BPS) e na Bahia (BA) - 2001/2015*
Hipótese Média

INDICADOR	2001	2005	2010	2015
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS - BA	4.315.790	5.048.870	6.142.720	7.473.550
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS – Porto Seguro	1.078.950	1.262.220	1.535.680	1.868.390
RECEITA GERADA – BA (US\$)	908.070.000	1.146.420.000	1.534.170.000	2.053.060.000
RECEITA GERADA – Porto Seguro (US\$)	245.180.000	309.530.000	414.220.000	554.330.000

FONTE: BAHIA TURSA

* Hipótese Média (4% a.a. para o fluxo e 6% a. a. para a receita)

Quadro 3.71. Metas do Turismo em Porto Seguro (BPS) e na Bahia (BA) - 2001/2015 *
Hipótese Fraca

INDICADOR	2001	2005	2010	2015
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS - BA	4.232.800	4.581.720	5.058.590	5.585.090
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS - Porto Seguro	1.058.200	1.145.430	1.264.650	1.396.270
RECEITA GERADA – BA (US\$)	890.940.000	1.042.270.000	1.268.090.000	1.542.820.000
RECEITA GERADA – Porto Seguro (US\$)	240.550.000	281.410.000	342.380.000	416.560.000

FONTES: BAHIAATURSA

* Hipótese Fraca (2% a.a. para o fluxo e 4% a. a. para a receita)

Quadro 3.72. Metas do Turismo em Porto Seguro (BPS) e na Bahia (BA) - 2001/2015 *
Hipótese Forte

INDICADOR	2001	2005	2010	2015
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS - BA	4.398.790	5.553.370	7.431.660	9.945.240
FLUXO GLOBAL DE TURISTAS - Porto Seguro	1.099.700	1.388.340	1.857.920	2.486.310
RECEITA GERADA – BA (US\$)	925.200.000	1.258.720.000	1.849.480.000	2.717.490.000
RECEITA GERADA – Porto Seguro (US\$)	249.800.000	339.860.000	499.360.000	733.720.000

FONTES: BAHIAATURSA

* Hipótese Forte (6% a.a. para o fluxo e 8% a. a. para a receita)

Os números do turismo baiano, referentes ao período 1991/2000, indicam crescimento tanto do fluxo como da receita gerada.

O fluxo global de turistas na Bahia evoluiu de 1,98 milhão em 2001 para 4,15 milhões em 2000, correspondendo a uma taxa de crescimento anual de 8,5%. A receita gerada por turismo, no mesmo período, cresceu de R\$770,3 milhões para R\$1,57 bilhão, ou seja, a uma taxa de 8,2% a.a.

Note-se que, para o período 2001/2015, a taxa projetada de crescimento anual da receita turística é inferior nos três cenários adotados como possíveis, em relação à taxa de crescimento anual da receita turística registrada no período 1991/2000 (8,2% a.a.).

Uma das principais estratégias deste Plano, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do turismo na Bahia é, através da qualificação de produtos e serviços, e também dos recursos humanos, atrair consumidores dotados de maior poder aquisitivo, de modo a conseguir, nesta década, que a receita turística cresça a uma taxa anual superior à do crescimento do fluxo.

Alguns dados do turismo internacional, que são na seqüência colocados, vêm corroborar a abordagem e o foco do Governo da Bahia no que diz respeito à sua estratégia de desenvolvimento do turismo e às projeções de crescimento de fluxo e receita.

Conforme dados da EMBRATUR, o fluxo de turistas internacionais do Brasil cresceu, de 1991 a 2000, a uma taxa anual de 17,7% (de 1,23 milhão em 1991 para 5,31 milhões em 2000), enquanto a receita gerada o fez a uma taxa de 11,8% a.a. (de US\$1,56 bilhão em 1991 para US\$4,25 bilhões em 2000). Mesmo considerando a mudança de metodologia adotada, a partir de 1998, na contagem de turistas chegados ao Brasil através das fronteiras terrestres, as taxas de crescimento do turismo internacional do país situaram-se em patamares expressivos, 5% a.a. para o fluxo e 7,5% a.a. para a receita, no período 1998/2000 (4,82 milhões de turistas e US\$3,68 bilhões, em 1998).

Segundo dados da OMT, o número de chegadas internacionais de turistas no mundo aumentou de 464,0 milhões em 1991 para 698,3 milhões em 2000, prevendo-se que alcance o total de 1,56 bilhão em 2020. Isto implica uma taxa anual de crescimento de 4,7% para o período 1991/2000 e de 4,1% para 2000/2020.

Também de acordo com a OMT, a receita gerada por turismo internacional no mundo evoluiu de US\$277,6 bilhões em 1991 para US\$475,9 bilhões em 2000, projetando-se atingir a US\$2,00 trilhões em 2020. Tal evolução significa incremento a uma taxa anual de 6,2% para o período 1991/2000 e de 7,4% para 2000/2020.

Nota-se que a receita cresceu e crescerá a uma taxa anual superior à do crescimento do fluxo, o que confirma a coerência do comportamento do turismo baiano relativamente aos resultados e às tendências do turismo mundial.

Se isto é verdade para o turismo em sua totalidade, é ainda mais verdade para os países considerados como emergentes em nível de turismo receptivo internacional. Enquanto o conjunto dos países das Américas deverá crescer, conforme a OMT, 3,7% a.a. até 2020, no número de turistas, Cuba crescerá a uma taxa de 9,2% a.a., a Argentina a 5,1% a.a., o Brasil a 5,0% a.a., a República Dominicana a 5,3% a.a. e o Chile a 4,7% a.a.

Ainda de acordo com a OMT, o turismo representa cerca de 8% das exportações mundiais de bens e 35% das exportações mundiais de serviços, sendo a 1ª atividade econômica do planeta, à frente das indústrias automotiva, química, alimentícia e de combustíveis. Os dados da OMT indicam que, no período 1975/2000, o PIB mundial cresceu a uma taxa em torno de 3,8% a.a., enquanto o número de chegadas internacionais de turistas cresceu a uma taxa anual superior, cerca de 4,4%. Isso sinaliza que não é improvável, pelo contrário, é bastante factível, que a receita gerada por turismo cresça a taxas superiores às taxas médias de crescimento do conjunto da atividade econômica, de determinado estado, região ou país.

Segundo o WTTC, o total da demanda de viagens e turismo no mundo deverá crescer a uma taxa de 4,0% a.a., entre 2001 e 2011, em termos reais, significando passar de um movimento gerado da ordem de US\$ 4,49 trilhões da atividade econômica mundial, em 2001, para US\$ 9,29 trilhões em 2011.

Os atentados terroristas ocorridos nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001, causaram um grande impacto no mercado turístico global. No Brasil, a mídia tem noticiado cancelamento de reservas, em grande número, de viagens internacionais, nas previstas para os Estados Unidos. Existe, entre os agentes de viagens e as operadoras, a certeza de que uma parcela significativa destes consumidores turísticos que viajam para o exterior poderá ser redirecionada para o mercado turístico doméstico, especialmente para o Nordeste e para a Bahia. Por isso, o crescimento do fluxo internacional e também o nacional, podem, com bastante probabilidade, ultrapassar as taxas médias utilizadas nas projeções realizadas no Plano.

Todas as referências internacionais e nacionais, portanto, confirmam um quadro de tendências, no qual os cenários delineados como hipóteses de horizonte do turismo baiano, são perfeitamente factíveis, revelando coerência, consistência e compatibilidade dentro da estratégia de desenvolvimento do turismo da Bahia, alavancada com o PRODETUR I e que se pretende consolidar com o PRODETUR II.

3.11 GASTO TURÍSTICO

3.11.1. Cadeias de Suprimento para o Consumo

O estudo da produção das atividades turísticas está diretamente relacionado ao efeito multiplicador que o turismo ocasiona na economia, de forma direta ou indireta, por meio de investimentos, renda, empregos e outros fatores. O multiplicador depende da propensão marginal de consumir, da propensão de arrecadar e da propensão de importar, além do volume dos gastos do turismo. Depende, ainda, da continuidade dos gastos, uma vez que os seus efeitos indiretos são decrescentes a cada nova transação, tendendo a zero, e cuja velocidade está associada ao grau e integração da estrutura produtiva da região.

A título de ilustração, apresenta-se o quadro 3.73 a seguir, originário do relatório para o BID¹ Avaliação do Impacto Econômico do Desenvolvimento do Turismo.

Quadro 3.73 Impactos Econômicos Diretos e Totais dos Gastos Turísticos Costa do Descobrimento em 1999 (US\$1.000)

Medida Econômica	Efeitos Diretos	Efeitos Indiretos	Efeitos Totais
Vendas Capturadas	\$ 10,709	2,19	\$ 23,453
Total de Gastos Turísticos			\$ 28,300
Taxa de Captura (calculada sobre gastos com impostos)			38%
Multiplicador Efetivo de Gastos (efeitos diretos e secundários)			0,83

(Fonte: Adaptação do relatório "Avaliação do Impacto Econômico do Desenvolvimento do Turismo em Porto Seguro", 2001).

Pode-se observar pelo quadro 3.73, acima, que a Costa do Descobrimento apresenta, segundo o mesmo relatório, um fator multiplicador (k) de 0,83, semelhante ao apresentado em destinações de "sol e praia" de outros países, como Bahamas e Caribe. Isto indica que uma grande parte de cada Real (\$), despendido na região da Costa do Descobrimento, migra para outras regiões do Estado da Bahia, do Brasil e até para o exterior. Tal fato decorre da necessidade de se importar parte significativa de itens de consumo da cadeia de suprimentos da atividade turística.

Assim, a região apresenta uma taxa de captura de 38%, significando que cerca de 62% dos itens necessários ao produto turístico são provenientes de outras regiões do Estado da Bahia, de outros estados do Brasil e de outros países, não sendo produzidos na Costa do Descobrimento. Destacam-se dentre esses itens: (a) alguns produtos que não têm potencial de serem fabricados na região, como os equipamentos específicos de agências ou operadoras de viagem (computadores, sistemas de reservas, etc.); e (b) aqueles que, apesar de serem produzidos na região, são ainda pouco desenvolvidos (produtos alimentícios, mobiliários e equipamentos específicos para comércio, como camisetas, bonés, etc.). Neste sentido, a cadeia de suprimentos para o consumo, que apresenta maior potencial de crescimento, é representada pelos itens produzidos em

¹ BID. "Informe de Evaluación del Desarrollo Turístico de Porto Seguro", fevereiro de 2001.