

---

## 3.12. Gastos Turísticos

Este capítulo do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável da Chapada Diamantina tem como objetivo analisar o volume e a evolução do gasto total e diário por turista na região do pólo. Serão analisados aspectos relacionados ao comportamento dos gastos turísticos segundo os mercados emissores e sua distribuição entre os diferentes setores do *trade* turístico (hospedagem, alimentação, transportes, diversão etc). Ao final do capítulo, será apresentada uma conclusão sobre a magnitude dos gastos turísticos em relação aos outros setores da economia local.

Para a elaboração do presente capítulo utilizou-se como fonte de dados principal o estudo realizado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/USP denominado “*Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil*”, publicado em Junho de 2002. Além desta e para um dimensionamento mais correto da realidade da área objeto de estudo, utilizaram-se as Pesquisas de Demanda Turística realizadas pela Bahiaturisa no município de Lençóis, principal destino turístico da Chapada Diamantina.

Destaca-se que o estudo publicado pela FIPE objetivou, primeiramente, caracterizar e dimensionar o mercado de turismo doméstico no Brasil. Para tanto, buscou-se identificar os principais centros emissores, os principais motivos de viagem, a estrutura de gastos e o perfil socioeconômico dos turistas, entre outros aspectos. Tal pesquisa consistiu na coleta de dados primários por meio de entrevistas em domicílios, distribuídos por todo o país, de forma a maximizar a representatividade da população por estratos de renda e em termos regionais. A amostra estipulada foi de aproximadamente 15 mil domiciliares, admitindo um erro de estimativa de 0,8% para o total Brasil.

### 3.12.1. Volume e Procedência

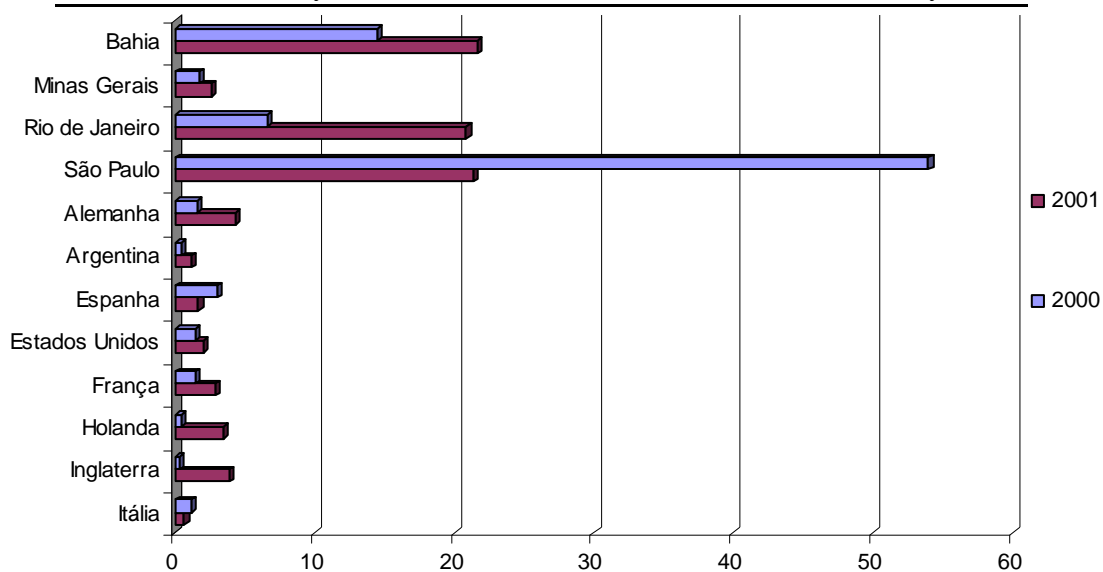
Segundo os estudos realizados pela Empresa de Turismo da Bahia – Bahiaturisa, o volume de gastos efetuado pelos turistas no município de Lençóis gerou uma receita turística de aproximadamente US\$ 10,7 milhões no ano de 2000 (para maiores detalhes vide item 3.14. Demanda Atual e Potencial). Ainda segundo a Bahiaturisa, tal montante chegou aos US\$ 9,13 milhões em 2001 e estima-se que atinja US\$ 9,31 milhões em 2002.

A tabela apresentada a seguir é uma compilação de dados de pesquisas realizadas pela Bahiaturisa nos anos de 2000 e 2001. A tabela mostra a participação dos principais mercados emissores no total de gastos efetuados

pelos turistas no município de Lençóis nos dois períodos. Os dados foram obtidos a partir de informações levantadas pelas Pesquisas de Demanda Turística sobre o gasto total das pessoas entrevistadas em cada ano, sendo que a amostra utilizada como referência para a pesquisa do ano 2000 foi de 197 pessoas e no ano de 2001 de 217. Apesar de não ser uma ferramenta analítica indicada, sobretudo pelo órgão responsável pela pesquisa, optou-se aqui por extrapolar o comportamento apresentado pelas amostras das pesquisas para todo o universo de turistas do município.

Considera-se que a identificação do nível de gastos dos principais mercados emissores de turistas para a região da Chapada Diamantina seja uma informação de extrema relevância no intuito de embasar o planejamento das ações de marketing turístico nos municípios do pólo. Tendo em vista, portanto, a função estratégica da informação e a natureza dos dados disponíveis atualmente, acredita-se que a utilização deste mecanismo estatístico seja a forma mais adequada para identificar a origem da receita gerada pelo turismo na área objeto de estudo.

**Gráfico 3.12.1. Participação dos mercados emissores nos gastos turísticos – Lençóis (%)**



**Tabela 3.12.1. Participação dos mercados emissores nos gastos turísticos – Lençóis (%)**

Residência Permanente	2000	2001
Bahia	14,5	21,7
Minas Gerais	1,8	2,6
Rio de Janeiro	6,7	20,9
São Paulo	54,0	21,4
<b>Total Brasil</b>	<b>88,7</b>	<b>76,4</b>
Alemanha	1,6	4,3
Argentina	0,5	1,2
Espanha	3	1,7
Estados Unidos	1,5	2

<b>Residência Permanente</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
França	1,5	2,9
Holanda	0,5	3,5
Inglaterra	0,3	3,9
Itália	1,2	0,7
<b>Total demais países</b>	<b>11,3</b>	<b>23,6</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002

A demanda doméstica apresenta notável participação no turismo do município de Lençóis e, de forma geral, no Pólo Turístico Chapada Diamantina como um todo com o turismo interno sendo responsável pela maior parte da receita obtida através dos gastos turísticos no município. No ano de 2000, estima-se que a participação do mercado interno foi de aproximadamente 88,7% do total de gastos. Já em 2001, o percentual de gastos feitos por turistas estrangeiros que visitaram o município de Lençóis mais que dobrou, passando de 11,3% para 23,6%.

Os principais mercados emissores de turistas para o Pólo Turístico Chapada Diamantina são os estados da Bahia, São Paulo e Rio de Janeiro. Juntos, os três foram responsáveis por cerca de 75,2% do total de receitas turísticas na região no ano de 2000; em 2001 este percentual foi de aproximadamente 64%. Observa-se que, entre 2000 e 2001, ocorreu uma melhor distribuição da procedência dos gastos turísticos em Lençóis provenientes destes três estados, haja vista que em 2000, o Estado de São Paulo foi responsável por mais da metade dos gastos turísticos no município de Lençóis; em 2001 este percentual diminuiu aproximadamente 60%, ficando em cerca de 21,4% do total de gastos.

O Estado de São Paulo é o mercado que apresenta o maior poder de compra no município de Lençóis, destacando-se que apesar deste estar diminuindo sua participação em número de turistas entre 2000 e 2001 (queda de aproximadamente 30%), ainda foi responsável por cerca de 21,4 % da receita turística em Lençóis no ano de 2001 (para informações sobre a evolução da procedência dos turistas, ver capítulo 3.11 Perfil do Turista). O gasto médio diário individual dos paulistas caiu de US\$50,50 em 2000 para US\$18,30 em 2001 (queda de 64%). Destaca-se, todavia, que a redução do gasto médio em dólar é também reflexo do aumento da cotação da moeda no Brasil e não apenas da redução dos gastos em termos reais.

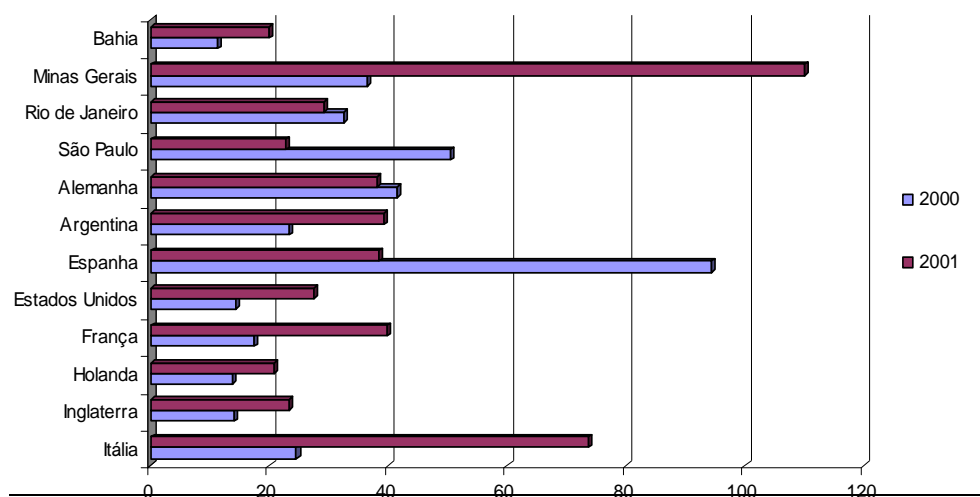
Já o Estado da Bahia, aumentou modestamente sua contribuição em número de turistas entre 2000 e 2001 (aumento de 4,3%). Houve, entretanto, um significativo aumento no nível de gasto dos turistas baianos no mesmo período, o que fez subir sua participação no total de gastos efetuados em Lençóis de 14,5% para 21,7%. O gasto médio diário individual dos baianos também subiu, passando de US\$ 11,40 para US\$ 18,60. Corroborando esta tendência de crescimento no nível de gastos deste mercado emissor, tem-se o fato de que os baianos diminuíram o tempo de sua permanência no município de Lençóis de 6,8 para 4,1 dias em média.

Outro mercado emissor que se destaca neste cenário é o do Rio de Janeiro. O número de turistas cariocas em Lençóis mais do que dobrou entre 2000 e 2001, o que aumentou sua participação na receita turística do município em

aproximadamente 200%. Entretanto, o gasto médio individual dos cariocas diminuiu de US\$32,70 para US\$27,10 diários (queda de 17%).

No ano de 2001 o fluxo de turistas estrangeiros na Chapada Diamantina foi de aproximadamente 22,6% do total, o que representa um crescimento de 32% em apenas um ano. A participação destes turistas no total de gastos efetuados em Lençóis também apresentou uma elevação entre 2000 e 2001, subindo de 11,3% para 23,6% (crescimento de aproximadamente 109%). Destaca-se que entre 1998 e 2000, o gasto médio dos turistas estrangeiros decresceu 38,9%, caiu de US\$26,69 para US\$16,31. Já em 2001, esse valor voltou a subir, chegando aos US\$ 19,10 diários (crescimento de 17,1% entre 2000 e 2001).

**Gráfico 3.12.2. GMDI dos turistas segundo a residência permanente – Lençóis (US\$)**



**Tabela 3.12.2. GMDI dos turistas segundo a residência permanente – Lençóis (US\$)**

Residência Permanente	2000	2001
Bahia	11,4	18,6
Minas Gerais	36,6	62,6
Rio de Janeiro	32,7	27,1
São Paulo	50,5	18,3
<b>Total Brasil</b>	<b>28,2</b>	<b>21,8</b>
Alemanha	41,6	22,7
Argentina	23,4	18,5
Espanha	94,5	23,1
Estados Unidos	14,4	27,6
França	17,5	29,6
Holanda	13,8	14,1
Inglaterra	14,1	13,9
Itália	24,6	15,3
<b>Total demais países</b>	<b>16,3</b>	<b>19,1</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002

Nos últimos dois anos a França consolidou-se como o maior mercado emissor de turistas estrangeiros para a Chapada Diamantina. O gasto médio diário individual dos franceses aumentou de US\$ 17,50 em 2000 para US\$ 19,60 em 2001 (crescimento de 12%). Tal crescimento fez com que a demanda de turistas franceses na Chapada Diamantina fosse responsável por 2,9% do total de gastos turísticos em Lençóis no ano de 2001, um valor 93% maior do que o verificado no ano de 2000, que foi de cerca de 1,5%.

O segundo maior mercado emissor de turistas internacionais para Lençóis é o da Alemanha. O gasto médio individual dos alemães, entretanto, caiu 45% entre 2000 e 2001, passando de US\$41,60 para US\$22,70 diários. Observa-se que o volume de gastos efetuados pelos turistas alemães cresceu aproximadamente 269%, passando de 1,6% do total em 2000 para 4,3% em 2001. Cabe destacar que a permanência média dos alemães aumentou de 4 para 6,8 dias no mesmo período o que justifica este aumento no total de gastos. Destaca-se também, o crescimento do gasto médio dos turistas norte-americanos, que passou de US\$14,40 para US\$27,60 diários (crescimento de 92%).

Em relação aos turistas estrangeiros, salienta-se que ainda que possuam uma menor participação no fluxo total de turistas, a demanda internacional de pessoas que visitam a região da Chapada Diamantina possui grande importância para a economia do Estado da Bahia e do Brasil. O incremento deste fluxo turístico contribui sobremaneira com a balança comercial do país, tendo em vista que as receitas turísticas internacionais são contabilizadas como exportação e intensificam a tendência atual de reversão do saldo deficitário da Conta Turismo no Brasil, o que certamente contribui com a diminuição do déficit em conta corrente registrado no país nos últimos anos.

De acordo com dados do Banco Central do Brasil, o déficit registrado na Conta Turismo em 1998 foi da ordem de US\$4,2 bilhões. Já segundo a Embratur, o saldo foi de cerca de US\$ 2 bilhões negativos no mesmo período<sup>51</sup>. A diferença entre os dois valores deve-se ao fato de o Banco Central não reconhecer as conversões de divisas no mercado informal, que, sabidamente possuem importância no setor turístico.

Segundo os dados da FIPE, a tendência favorável em termos de queda do déficit na Conta Turismo no Brasil, registrada após a crise cambial de 1999, deve-se mais em função da redução de gastos dos brasileiros com viagens para o exterior do que em função do aumento efetivo das receitas provenientes de um aumento significativo da demanda internacional de turistas.

A tabela e o gráfico apresentados a seguir mostram a permanência média dos turistas segundo sua residência permanente. Destaca-se uma diminuição do tempo médio de permanência dos turistas no município de Lençóis entre 2000 e 2001, sobretudo nos principais mercados emissores (Bahia e São Paulo). Em alguns mercados houve um crescimento da permanência média, com o caso do Rio de Janeiro, França e Alemanha.

---

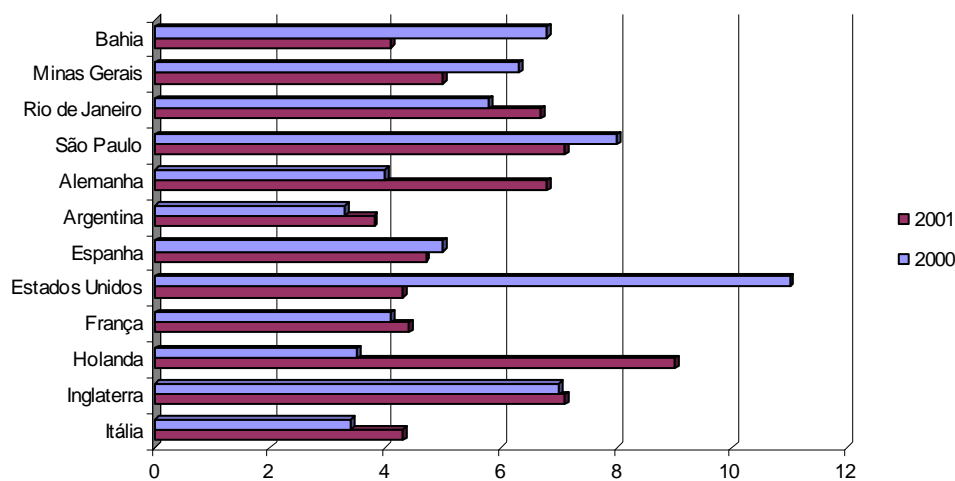
51 Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE e Universidade de São Paulo - USP. "Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil". Junho de 2002.

O mercado emissor que mais diminuiu o tempo de permanência média de seus turistas foi o do Estado da Bahia, passando de 6,8 para 4,1 dias (queda de 40%). Já os paulistas, que representam o mercado emissor nacional de maior poder de compra e o que permanece mais tempo em Lençóis, apresentaram uma ligeira redução na sua permanência média na Chapada Diamantina, passando a ficar em Lençóis cerca de uma semana (redução de 11% em relação a 2000, quando a média era de 8 dias). Os turistas mineiros reduziram sua estadia média de 6,3 para 5 dias (diminuição de 21%). Já os turistas provenientes do Rio de Janeiro passaram a ficar mais tempo em Lençóis. Em 2000 a permanência média dos cariocas era de 5,8 dias e em 2001 de 6,7 dias (crescimento de 16%). De forma geral, a permanência média dos turistas nacionais em Lençóis caiu de 6,8 para 5,2 dias em média, o que representa uma redução de 24% entre 2000 e 2001.

Entre os mercados emissores estrangeiros também houve uma diminuição do tempo médio de permanência no município de Lençóis, passando de 7,2 para 5,3 dias em média (redução de 26%). Os turistas provenientes da Alemanha, entretanto, aumentaram em 70% sua permanência média em Lençóis, passando a ficar cerca de 6,8 dias no município. Já os franceses, aumentaram de forma mais reduzida sua estadia média no município, passando a ficar em Lençóis cerca de 4,4 dias (aumento de 7%). Os turistas que permaneceram mais tempo no município foram os holandeses, que ficaram em média cerca de 9 dias na região (aumento de 157% entre 2000 e 2001). O mercado emissor que mais diminuiu seu tempo de permanência em Lençóis foi o dos turistas norte-americanos, que baixou de 11 para 4,3 dias (redução de 61%)

De acordo com os dados da série histórica de pesquisas de demanda turística realizadas pela Bahiatursa, entre 1997 e 2001 a permanência média dos turistas nacionais que viajaram para Lençóis aumentou 21,5%, passando de 4,3 para 5,2 dias. Já os turistas estrangeiros, diminuíram o tempo de sua estadia média em Lençóis de 5,8 para 5,3 dias, o que representa um decréscimo de 8,5%.

**Gráfico 3.12.3. Permanência média segundo a procedência dos turistas – Lençóis 2001 (dias)**



Fonte: Bahiatursa, 2002

**Tabela 3.12.3. Permanência média por procedência dos turistas – Lençóis (dias)**

<b>Residência Permanente</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
Bahia	6,8	4,1
Minas Gerais	6,3	5
Rio de Janeiro	5,8	6,7
São Paulo	8	7,1
Total Brasil	6,8	5,2
Alemanha	4	6,8
Argentina	3,3	3,8
Espanha	5	4,7
Estados Unidos	11	4,3
França	4,1	4,4
Holanda	3,5	9
Inglaterra	7	7,1
Itália	3,4	4,3
Total demais países	7,2	5,3
<b>Total Geral</b>	<b>6,8</b>	<b>5,2</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002

A partir do cruzamento dos dados fornecidos pela Bahiatursa, para o município de Lençóis, e pela FIPE por meio do estudo denominado “*Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil*”, acerca do gasto médio e da permanência média dos turistas no local de destino, pode-se concluir que o nível de gasto do turista brasileiro que viajou para a Chapada Diamantina correspondeu a mais que o dobro dos gastos gerais em turismo do turista brasileiro no ano de 2001. Tal afirmativa se comprova a partir dos cálculos contidos na tabela mostrada a seguir.

**Tabela 3.12.4. Comparação do GMDI dos mercados de Lençóis e do Brasil (2001)**

	<b>Turista brasileiro</b>	<b>Turista brasileiro em Lençóis</b>
Gasto médio com viagens	R\$ 253,50	R\$ 348,36
Permanência média	10,8 dias	6,8 dias
GMDI (R\$)	R\$ 23,47	R\$ 51,23
GMDI (US\$)*	US\$ 9,99	US\$21,80

\* Taxa de câmbio médio para o ano de 2001 de R\$2,35 (Fonte: Banco Central do Brasil)

Fonte: Bahiatursa e FIPE

De fato, o turista brasileiro que viaja à Chapada Diamantina possui um nível de gasto significativamente superior ao gasto do turista médio brasileiro. Enquanto o gasto médio do turista brasileiro foi de aproximadamente US\$ 10,00 diários no ano de 2001, os turistas brasileiros que viajaram para a Chapada Diamantina registraram níveis de gastos superiores a US\$ 21,00 diários.

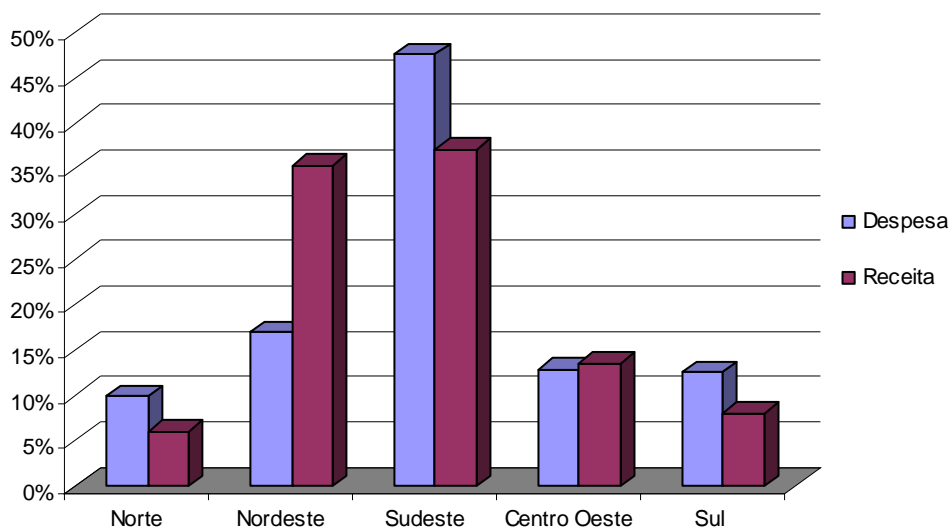
O volume de gastos com viagens do turista brasileiro foi de R\$253,50 anuais, enquanto que a demanda nacional que viajou para a região da Chapada gastou cerca de R\$348,36 (gasto realizado durante a viagem para a Chapada Diamantina apenas, não incluindo os gastos efetuados em outras viagens durante o ano).

De tal análise, denota-se que o perfil de demanda nacional no destino Chapada Diamantina possui um nível socioeconômico superior à média do resto do país, efetuando gastos turísticos mais elevados durante o ano.

A permanência média do turista nacional na Chapada Diamantina é de 6,8 dias, enquanto que, na média nacional, os brasileiros viajam cerca de 10,8 dias por ano. Cabe salientar, que os dados da FIPE para esta variável são obtidos a partir da soma de todas as viagens realizadas pela amostra durante o ano, o que de certa forma justifica o maior tempo gasto em viagens, pois contabiliza também as viagens curtas realizadas nos fins de semana. Destaca-se que o turismo de segunda residência possui grande importância no turismo interno brasileiro, sobretudo em função dos destinos litorâneos que se localizam próximo aos grandes centros urbanos.

A seguir, apresenta-se uma tabela com os percentuais de receitas e despesas turísticas das grandes regiões do Brasil. Apresenta-se também, a relação existente entre receita e despesa de uma mesma região.

**Gráfico 3.12.4. Despesa e receita do turismo doméstico por região**



Fonte: FIPE/USP, 2002

**Tabela 3.12.5. Despesa e receita do turismo doméstico no Brasil por região**

	Despesa	Receita	Receita/Despesa
Norte	9,9%	6%	0,61
Nordeste	17%	35,4%	2,08
Sudeste	47,6%	37,1%	0,78
Centro Oeste	12,9%	13,5%	1,05
Sul	12,6%	8%	0,63
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>1,00</b>

Fonte: FIPE/USP, 2002

Os dados mostrados na tabela anterior comprovam o elevado poder de compra da Região Sudeste do país como um todo. A despesa em turismo da região corresponde a mais de 47% das despesas totais com o turismo doméstico no Brasil e a receita corresponde a aproximadamente 37%. Confrontando-se os dados da Região Sudeste e da Região Nordeste, tem-se que o sudeste é responsável por cerca de 50% da receita turística nordestina, enquanto que o nordeste representa por 13 % da receita do sudeste, de acordo com o estudo realizado pela FIPE/USP.

Esta situação do mercado doméstico brasileiro permite caracterizar a região nordeste como exportadora de turismo, enquanto que o sudeste caracteriza-se como importador. O fluxo monetário entre as duas regiões resulta em uma situação onde, em termos absolutos, para cada unidade monetária que o nordeste envia ao sudeste, recebe de volta 3,7 unidades monetárias, o que permite uma melhor distribuição regional da renda no país. Destaca-se que este é um dos principais aspectos positivos do turismo, além de ser um importante gerador de empregos e de divisas para o país.

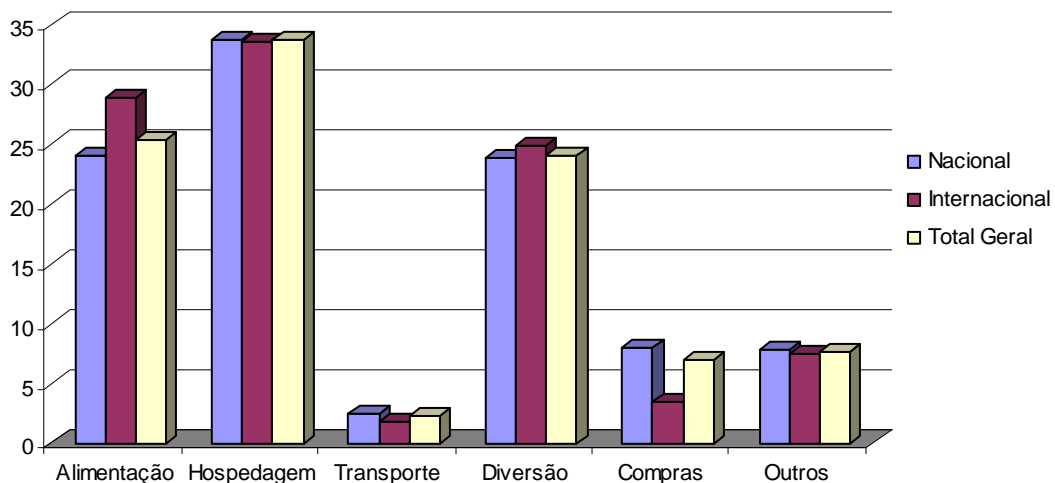
### 3.12.2. Distribuição dos Gastos

De forma geral, a distribuição dos gastos turísticos feitos por turistas brasileiros e estrangeiros no município de Lençóis apresenta certa similaridade. A partir dos dados da tabela anterior evidencia-se que os gastos dos turistas brasileiros e estrangeiros diferem de forma mais significativa apenas nos serviços relacionados à alimentação e compras.

O serviço de hospedagem corresponde à maior parcela dos gastos efetuados pelos turistas que visitam o município de Lençóis (cerca de 33,7% dos gastos turísticos são efetuados com serviços de hospedagem). Já nos gastos relativos à alimentação, há uma ligeira diferença entre o padrão de gasto dos turistas nacionais e estrangeiros. Os turistas brasileiros gastam pouco mais de 24% em alimentação, enquanto que os estrangeiros gastam quase 29% de seu gasto turístico total em serviços de restauração. Outra diferença existente entre os dois tipos de turistas ocorre no item relativo a compras; os brasileiros gastam mais em compras do que os estrangeiros (8% e 3,4% respectivamente).

O percentual de gasto dos turistas com transportes é relativamente baixo, haja vista que cerca de 71% da demanda de turistas que visitam Lençóis utiliza como meio de transporte o ônibus para deslocar-se até o município e apenas 11,1% utiliza o transporte aéreo (para maior detalhamento ver item 3.11.3. Meios de Transporte). Entre as razões para o baixo percentual de gastos relativos a transportes, cabe citar a grande sensibilidade do mercado doméstico aos preços dos transportes aéreos no país e o perfil do turista que viaja para a região do pólo, que em muitos casos acaba por preferir o transporte rodoviário por considerá-lo mais atraente do ponto de vista da experiência turística.

Salienta-se que os preços praticados pelas companhias aéreas ainda representam um fator negativo para que ocorra um maior incremento do mercado interno de turismo no Brasil.

**Gráfico 3.12.5. Estrutura de gastos dos turistas – Lençóis 2001 (%)**

Fonte: Bahiatursa, 2002

**Tabela 3.12.6. Distribuição de gastos segundo procedência dos turistas – Lençóis 2001 (%)**

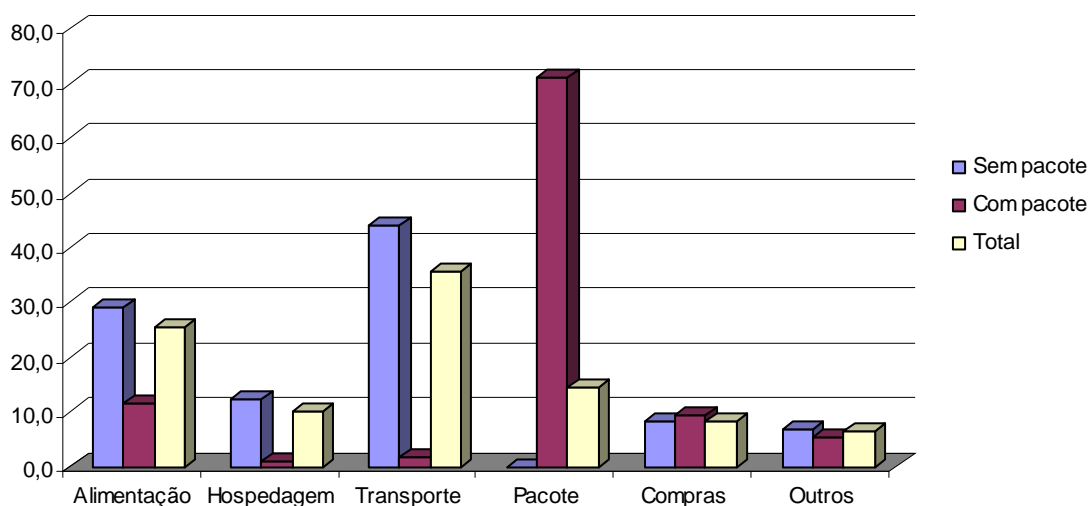
	Alimentação	Hospedagem	Transporte	Diversão	Compras	Outros
Bahia	23,8	31,3	1,6	27,5	7	8,8
Minas Gerais	26,7	30	0	23,3	3,7	13,3
Rio de Janeiro	21,7	36,8	3,4	20,4	6,4	11,3
São Paulo	22,1	35,5	2,2	24,7	10,9	4,6
<b>Total Brasil</b>	<b>24,1</b>	<b>33,8</b>	<b>2,4</b>	<b>23,9</b>	<b>8</b>	<b>7,8</b>
Alemanha	19,3	43,7	0	13,2	5,0	18,8
Argentina	24,2	45,8	2	23	0	5,0
Espanha	16,7	32	0	51	0	0
Estados Unidos	20,8	37,8	0	31,3	10,3	0
França	32,9	33,1	2,9	25,1	0,7	5,3
Holanda	25	30	0	38,8	5	1,3
Inglaterra	41,3	27,4	0	12,8	3,9	14,8
Itália	22	25,8	12,3	38,5	1,3	0
<b>Total demais países</b>	<b>28,9</b>	<b>33,5</b>	<b>1,8</b>	<b>24,8</b>	<b>3,4</b>	<b>7,4</b>
<b>Total Geral</b>	<b>25,3</b>	<b>33,7</b>	<b>2,2</b>	<b>24,1</b>	<b>6,9</b>	<b>7,7</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002

Entre os turistas brasileiros, os que mais gastaram em serviços de alimentação no ano de 2001 são os provenientes do Estado de Minas Gerais (26,7% do total dos gastos turísticos). Já os cariocas, gastaram o menor percentual em alimentação (21,7%) e o maior percentual em serviços de hospedagem e transporte (36,8% e 3,4% respectivamente). Os turistas paulistas foram os que mais gastaram em compras no ano de 2001 (10,9%); em serviços de hospedagem os paulistas gastaram 35,5% do total de gastos efetuados em Lençóis no ano de 2001. Os turistas baianos gastaram cerca de 27,5% de sua despesa em diversão e 1,6% em transportes.

Entre a demanda internacional, o mercado emissor que efetuou os maiores gastos em serviços de alimentação foi o dos ingleses (41,3% do total do gastos), seguido dos franceses (32,9%) e dos holandeses (25%). Já os alemães, foram os turistas que efetuaram os menores gastos em alimentação (19,3%), seguidos dos italianos (22%). Parte significativa dos gastos dos turistas alemães foi dedicada à sua hospedagem no município (43,7%), assim como os turistas argentinos, que também destinaram grande parte de suas despesas em serviços de hospedagem (45,8%). Os italianos gastaram em transportes um percentual bastante superior ao gasto pelos turistas de outros locais de procedência (cerca de 12,3% do total de gastos turísticos).

**Gráfico 3.12.6. Gastos do turista brasileiro por forma de organização da viagem 2002 (%)**



Fonte: FIPE/USP, 2002

**Tabela 3.12.7. Gastos do turista brasileiro por forma de organização da viagem - 2002**

	Alimentação	Hospedagem	Transporte	Pacote	Compras	Outros
Sem pacote	28,9%	12,4%	43,9%	0%	8,2%	6,6%
Com pacote	11,6%	1%	1,7%	71,1%	9,2%	5,4%
Total	25,5%	10,1%	35,6%	14,3%	8,1%	6,4%

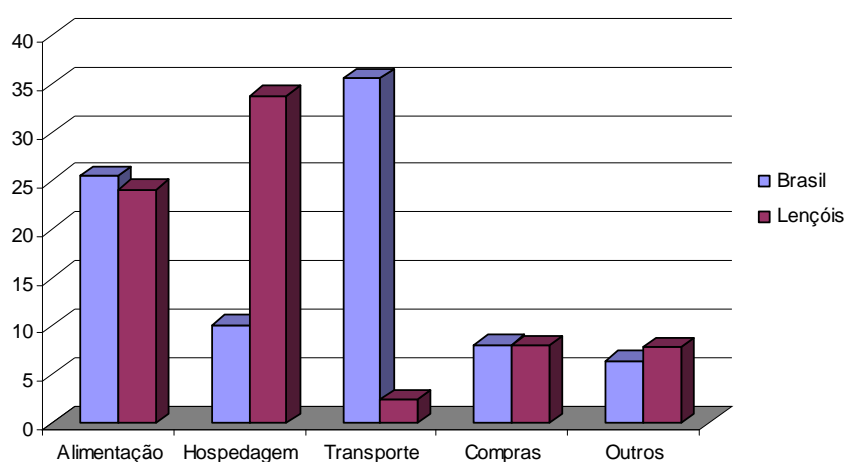
Fonte: FIPE/USP, 2002

De acordo com os dados obtidos pela pesquisa da FIPE, o item que apresenta o maior peso nos gastos turísticos dos brasileiros que não viajam com pacotes turísticos é o dos transportes (43,9%), seguido dos serviços de alimentação (28,9%). Os gastos referentes a compras representam aproximadamente 8% do total gasto pelos brasileiros durante suas viagens. Destaca-se que os turistas que viajam por meio de pacotes apresentam um gasto em compras ligeiramente superior ao dos turistas que viajam por conta própria (9,2% e 8,2%).

Ainda segundo o mesmo estudo, o percentual de utilização dos serviços de pacotes turísticos pelo mercado doméstico brasileiro é de cerca de 11,5%. Entre os turistas que optam pela compra dos pacotes para viajar, este custo representa

mais de 70% do total gasto com as viagens, o que naturalmente reduz de forma bem acentuada o gasto com hospedagem e transportes. Ainda que represente uma pequena parcela da demanda turística doméstica no Brasil, estima-se que as pessoas que utilizam os pacotes turísticos para viajar gastem em média 70% a mais do que as que viajam por conta própria. Entre os turistas que viajaram para Lençóis no ano de 2000, aproximadamente 22% utilizaram os pacotes turísticos para viajar (ver item 3.11.5. Forma de Organização da Viagem).

**Gráfico 3.12.7. Comparação os gastos turísticos – Brasil e Lençóis (2001)**



Fonte: FIPE/USP, 2002 e Bahiatursa2002

Comparando-se a distribuição dos gastos efetuados pelos turistas brasileiros no mercado doméstico com o comportamento apresentado pelos brasileiros que visitaram Lençóis em 2001 observa-se que o tipo de gasto efetuado diferiu bastante de um caso para o outro, sobretudo no tocante aos gastos com transporte e hospedagem.

Os turistas em Lençóis gastaram aproximadamente três vezes mais com hospedagem do que no restante do país. Já em relação ao custo dos transportes observa-se o oposto. O gasto com transportes para os turistas que visitaram Lençóis em 2001 representou apenas 7% do gasto despendido pelos turistas brasileiros de forma geral. O gasto com alimentação representou cerca de um quarto do gasto total dos turistas em ambos os casos e as despesas em compras atingiram patamares praticamente iguais (8%).

O elevado percentual de gastos com transportes e a reduzida parcela de gastos com hospedagem, observados no comportamento do mercado turístico doméstico brasileiro enfatizam a grande participação do turismo de segunda residência e a opção por alternativas de hospedagem em casa de amigos e parentes. De acordo com a FIPE, cerca de 66% dos turistas optam por esse tipo de hospedagem. Ainda que represente um alto percentual, a opção por esse tipo de hospedagem diminuiu significativamente desde 1998, época em que chegava a 73,2% do mercado.

### 3.12.3. Conclusão

O turismo possui uma importância fundamental na economia de Lençóis atualmente podendo ser comparada, em termos relativos, ao Ciclo Diamantífero ocorrido na região no século passado. Tal relação se estabelece a partir da dependência que o município apresentou em relação às lavras de diamante e ouro em tempos passados e possui hoje em relação à receita gerada pelo fluxo turístico. O turismo, portanto, representa uma alternativa econômica viável para os municípios do pólo, sobretudo em Lençóis, onde estão localizados grande parte dos atrativos e da oferta técnica existente na região objeto de estudo.

A representatividade do setor turístico no município de Lençóis possui magnitude tal, que comparando-se a riqueza gerada pelo setor, em termos de receita turística, com o valor da produção da agricultura, têm-se uma situação em que o turismo já suplantou em termos financeiros o setor primário. A receita gerada pela agricultura no ano de 2000, segundo estimativas realizadas pelo IBGE (aproximadamente US\$1.500.546,45), representou apenas 14% de toda a riqueza gerada pelo turismo no mesmo período.

Para avaliar-se o significado do turismo na economia municipal de Lençóis, utilizar-se-á no presente estudo o Modelo de Estimativa de Impactos Econômicos - MGM2 (Money Generation Model)<sup>52</sup>, desenvolvido na Michigan State University e utilizado com parâmetro de análise nas avaliações das intervenções do PRODETUR/NE I na região da Costa do Descobrimento - BA<sup>53</sup>.

A execução do modelo MGM2 inicia-se com a determinação do volume total de gastos efetuados pelos turistas em um determinado ano. Adotou-se como referência para os cálculos o ano de 2001. Conhecendo-se a distribuição dos gastos turísticos entre os diversos setores do *trade*, desagregadas em turistas nacionais e estrangeiros, o gasto médio diário individual - GMDI e a permanência média dos turistas, calculou-se o total de gastos realizados por categoria no referido ano. A tabela apresentada a seguir demonstra os totais obtidos no cálculo.

**Tabela 3.12.8. Total dos gastos turísticos por categoria – 2001 (em US\$1.000,00)**

<b>Categoria</b>	<b>Nacional</b>	<b>Estrangeiro</b>	<b>Total sem impostos</b>	<b>Total geral com impostos</b>
Alimentação	1.938	449	1.847.019	2.388
Hospedagem	2.719	521	2.926.978	3.240
Transporte	193	30	172.170	223
Diversão	1.922	386	1.785.253	2.308
Compras	643	53	538.611	696
Outros	627	117	575.492	744
<b>Total</b>	<b>8.043</b>	<b>1.555</b>	<b>7.845.523</b>	<b>9.598</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002 e cálculos próprios

52 Stynes, Daniel J., Propst, Dennis B., Chang, Wen-Huei and Sun, Ya Yen.

53 BID, Banco Interamericano de Desenvolvimento. "Avaliação do Impacto Econômico do Desenvolvimento Turístico em Porto Seguro" Versão Preliminar 2. Fevereiro de 2001.

Destaca-se a grande participação das categorias hospedagem e alimentação no total de gastos efetuados. Salienta-se também, a maior participação do mercado nacional no montante total de gastos.

O cálculo do impacto fiscal gerado pelo turismo no ano de 2001 foi elaborado a partir da estimativa de alíquotas médias de impostos nos três níveis da administração pública. Para os impostos federais, conforme sugerido pelo estudo realizado pelo BID, atribuiu-se uma alíquota média de 4,65%; para os encargos estaduais, que em sua maior parte é recolhida por meio do ICMS, atribuiu-se para os setores de alimentação, transporte, diversão, compras e outros, uma taxa média de 13,5%, ficando o setor de hospedagem com alíquota zero. Os impostos municipais foram estimados em 4,5% para todos os setores, exceto o da hospedagem, que foi estipulado em 5%.

Efetuada-se os cálculos, tem-se um montante final de impostos arrecadados pelo setor como um todo de US\$ 1.752.893,00 no ano de 2001. O serviço que mais arrecadou impostos foi o de alimentação, seguido da categoria diversão.

**Tabela 3.12.9. Impacto fiscal dos gastos turísticos por categoria – 2001 (em US\$1.000,00)**

Categoria	Gastos	Alíquotas (%)			Impostos Arrecadados			Total (US\$1,00)
		Federal	Estadual	Local	Federal	Estadual	Local	
Alimentação	2.388	4,65	13,5	4,5	111	322	107	541
Hospedagem	3.240	4,65	0	5%	151	0	162	313
Transporte	223	4,65	13,5	4,5	10	30	10	50
Diversão	2.308	4,65	13,5	4,5	107	312	104	523
Compras	696	4,65	13,5	4,5	32	94	31	158
Outros	744	4,65	13,5	4,5	35	100	33	169
<b>Total</b>					446	858	448	1.753

Fonte: Bahiatursa, 2002 e cálculos próprios

As análises de impacto econômico do turismo na economia devem levar em consideração a parcela dos gastos efetuados que realmente ficam no município, sendo que, a esta ponderação dá-se o nome de Taxa de Captura. A base deste cálculo é o total de gastos efetuados por categoria de gasto e o percentual estimado para a produção local.

**Tabela 3.12.10. Total dos gastos turísticos por categoria – 2001 (em US\$1.000,00)**

Categoria	Gastos sem Impostos	Produção Local	Vendas Capturadas
Alimentação	1.847	20%	369
Hospedagem	2.927	100%	2.927
Transporte	172	20%	34
Diversão	1.785	100%	1.785
Compras	539	20%	108
Outros	575	20%	115
<b>Total</b>	<b>7.846</b>		<b>5.339</b>
<b>Taxa de Captura sobre gastos sem impostos</b>			<b>68%</b>

Fonte: Bahiatursa, 2002 e cálculos próprios

Da mesma forma que no trabalho realizado pelo BID na Costa do Descobrimento, entendeu-se como ideal para o Pólo Turístico Chapada Diamantina estipular-se que para os setores de hospedagem e diversão todo o montante gasto pelos turistas é de produção local, ficando na economia municipal em sua totalidade. Para as outras categorias (alimentação, transportes, compras e outros) estipulou-se que apenas um quinto dos gastos fica retida na economia local.

Assim, a categoria que capturou o maior volume de vendas foi a de hospedagem, com um montante de US\$2.927.000,00, seguido do setor de diversão com um volume de US\$1.785.000,00. Com isso, chega-se a uma taxa de captura de 68%.

**Tabela 3.12.11. Síntese do impacto econômico dos gastos turísticos – 2001**

	<b>Efeitos Diretos</b>	<b>Multiplicador</b>	<b>Efeitos Totais</b>
Vendas Capturadas (US\$1.000,00)	5.339	2,19	11.692
Total de Gastos Turísticos (US\$1.000,00)			9.598.416
Taxa de Captura			68%

*Fonte: Bahiatursa, 2002 e cálculos próprios*

Aplicando-se os multiplicadores propostos, calcula-se em US\$11.692.000,00 os efeitos totais gerados pelo setor turístico.