

# Demanda Turística Real em Pequenas Localidades Turísticas

---

*Maria Eliane Alves de Sousa<sup>1</sup>*

**RESUMO:** Destaca a pesquisa de demanda turística real e sua importância para as pequenas localidades, procurando demonstrar a necessidade de se obter conhecimentos sistematizados para o planejamento integrado do turismo. Baseia-se na análise dos resultados mais significativos de um estudo estatístico descritivo realizado pelo Núcleo Temático de Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-Bahia, Brasil), nos municípios de Canavieiras. Verifica-se a predominância do mercado regional e um perfil de turista formador de opinião sobre as condições e estrutura das cidades e sobre aspectos do turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** demanda turística; turismo receptivo; perfil do turista; avaliação de destinações; Belmonte, Canavieiras e Itacaré; Bahia; Brasil.

**ABSTRACT:** *This work emphasizes the importance of the research about demand tourism in a development process of any small locality concern in the tourist activity. It was based on the most significant results of descriptive research realized by Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-Bahia, Brazil) on the city of Belmonte, Canavieiras e Itacaré. The research proved that the tourist is the one who gives opinion about the place conditions, structure and aspects of the tourism.*

**KEYWORDS:** *touristic demand; receptive tourism; characteristics of the tourist; cities conditions; Belmonte, Canavieiras e Itacaré; Bahia; Brazil.*

---

1. Bacharel em Administração. Docente dos cursos de Economia e Administração da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-BA); membro do Núcleo Temático de Turismo para o Desenvolvimento Regional.  
End.: Rua Marculina, 9, Bairro Banco Raso – 45600-000 – Itabuna-Bahia-Brasil. Fone: (73) 613-1586 – Fax: (73) 680-5228.

## Introdução

Atualmente o turismo desponta como um dos mais importantes setores da economia, sendo apontado como o que apresenta o maior nível de crescimento em todo o mundo, entre 9% e 10% ao ano (6% do PNB global). No Brasil é responsável por 8% do PIB, tendo faturado no período de 1997/98 US\$15,8 bilhões, dos quais US\$13 bilhões vieram do turismo interno e apenas US\$2,8 bilhões provenientes do turismo internacional.

A atividade tem se destacado principalmente na Região Nordeste, em especial no Estado da Bahia, por seus atrativos naturais e características histórico-culturais e folclóricas, constituindo-se em pólo turístico com amplo potencial de exploração e expansão. De acordo com dados divulgados pela Bahiatursa, em 1998 a receita gerada com o turismo foi de US\$908 milhões, com crescimento de 10% no fluxo de turistas em relação ao ano de 1997.

A tendência atual é valorizar os roteiros regionais como produto único ("clusters") com características singulares, de forte diversificação, possibilitando ao turista uma variedade de opções, aumentando seu período de permanência. Dentre os *clusters* baianos de maior potencialidade turística encontra-se a Costa do Cacau, na qual se inserem os municípios de Canavieiras e Itacaré e a Costa do Descobrimento, onde se situa o município de Belmonte. Esse município possui fortes atrativos naturais e arquitetônicos, riquezas culturais e históricas, além de população hospitaleira e preocupada com o turismo visto como alternativa para o desenvolvimento econômico.

Entretanto para que o turismo seja consolidado como rentável atividade econômica seu crescimento deve ser solidificado em bases que garantam sua manutenção e continuidade com sustentabilidade. Para isso é fundamental conhecer a demanda real, identificar o perfil do turista, conhecer e avaliar o produto oferecido.

Assim o estudo da demanda turística adquire importância capital para a análise das informações sobre as variáveis e indicadores de tendências, propiciando a obtenção de conhecimentos mais específicos e seguros a respeito dos diferentes segmentos de turista que chegam às localidades.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou-se metodologia padrão da Bahiatursa, sendo que os dados coletados possibilitaram caracterizar o turista traçando o seu perfil, e avaliar sua opinião sobre os municípios como produtos turísticos.

O principal objetivo deste estudo não é confrontar nem comparar os resultados quantitativos e qualitativos obtidos com a pesquisa, mas sim demonstrar que, para ser uma atividade econômica, o turismo precisa ser definido dentro de possibilidades e alternativas viáveis, com base em estudos e projetos que viabilizem o seu desenvolvimento.

## Considerações Teóricas

O turismo vem ganhando crescente importância na economia brasileira, sendo apontado como a saída mais viável para a crise econômica e social do país; um filão para os empresários e para a mão-de-obra excluída e a excedente dos outros setores da atividade econômica, proporcionador do crescimento econômico e redutor das tensões e das desigualdades sociais e regionais.

Entretanto, é preciso ressaltar que turismo não é feito apenas através dos atrativos naturais, históricos, arquitetônicos e culturais que uma localidade possui. As atrações turísticas são a matéria-prima onde se agregam outros componentes como infra-estrutura, equipamentos e serviços, comunicação e informação. Há interdependência e inter-relação entre os componentes do produto turístico, de forma que não se vendem por si só; a falta ou precariedade de um prejudicará o produto como um todo.

Para se consolidar como rentável atividade econômica o turismo deve ter seu crescimento norteado através de bases que garantam sua manutenção e continuidade com sustentabilidade.

Por ser uma atividade complexa e de crescente importância, assim como ocasionar impactos de ordem econômica, social, cultural e ambiental, o turismo não pode ser praticado de forma desordenada e com uma comunidade despreparada e desinteressada pelo mesmo, uma vez que este deve ser praticado de modo a trazer melhoria da qualidade de vida da população, dos lugares e regiões interligadas, e dos seus visitantes.

Conforme a Gazeta Mercantil (1998), de acordo com dados divulgados pela Embratur, muitos são os municípios onde a atividade atualmente é realizada sem o suporte necessário, fato que inviabiliza o incremento de novos investimentos privados e a vinda de segmentos de turistas com maior poder aquisitivo.

Analisando a realidade e as necessidades e prioridades da pesquisa turística no Brasil, Rejowski (1998) considera que só a partir de estudos científicos deixar-se-á a fase de improvisação e de repentinidade, e passar-se-á à fase de aplicação e utilização de estudos com base científica. A autora ressalta ainda a necessidade de divulgar a aplicabilidade e a pertinência dos resultados de pesquisa, mostrando os benefícios desta e da parceria pesquisador/empresário para o desenvolvimento e planejamento estratégico do turismo no Brasil.

É preciso ter em mente que os paradigmas contemporâneos, as alterações demográficas, os crescentes segmentos de consumidores, a alteração dos sistemas de valores e a procura da maior qualidade em produtos e serviços têm influenciado a busca de destinos turísticos mais estruturados, levando as localidades a concorrerem entre si pela demanda turística, principalmente as localidades que possuem atrativos semelhantes – em especial o turismo “sol e praia” – necessitando implementar e melhorar o produto turístico a ser oferecido, através de diferenciais significativos.

Turismo é um produto de mercado e, como tal, sujeito a fatores como saturação e declínio. Como o produto turístico é um composto com características

singulares, para se desenvolver requer tratamento com técnicas específicas, oriundas de estudos detalhados e periódicos.

Desta maneira são necessárias pesquisas básicas e aplicadas, bem como estudos que dêem suporte ao planejamento estratégico do turismo. É fundamental a realização de pesquisas quantitativas e qualitativas para que se conheça o turista, a sua origem, os seus interesses e roteiros, quais as vocações e potencialidades do lugar, indicando rumos e ações de estímulos, de correção, de promoção e de atuação. Importante também é que a pesquisa servirá de instrumento de comparação entre futuros resultados de outras pesquisas e como suporte na criação e melhoria de atrativos, roteiros e serviços, como também será um referencial para outras localidades com potencial turístico.

Segundo Dencker (1998), a necessidade de conhecimentos sobre turismo que apoiem as decisões, em seus diferentes setores de atuação, é de fundamental importância para os profissionais e pesquisadores da área.

Segundo Embratur (1996) para que haja a conscientização da sociedade brasileira para a importância do turismo faz-se necessária a elaboração de uma base de dados abrangente sobre o turismo brasileiro, que sirva de instrumento de divulgação e promoção da atividade. Inclui como um dos tópicos do banco de dados os estudos da demanda turística.

É neste contexto que se destaca a importância do Estudo da Demanda Turística Real de uma localidade para que se obtenham conhecimentos sistematizados, essenciais ao planejamento do turismo sustentável. Especialmente para as pequenas localidades afastadas da área de influência da capital, nas quais há deficiência de infra-estrutura básica e de apoio ao turismo, ausência de mão-de-obra qualificada e falta de engajamento e de conscientização da comunidade para o contínuo desenvolvimento da atividade turística e, em muitos casos, falta força de vontade das autoridades governamentais.

### **Belmonte, Canavieiras e Itacaré**

Os três municípios estão localizados no litoral da Microrregião Cacaueira do Estado da Bahia, sendo que Belmonte e Canavieiras são vizinhos limítrofes e situam-se ao sul, enquanto Itacaré situa-se ao norte. A temperatura média anual é de 24,5° C com média das máximas anuais atingindo 30,2° C e a mínima 21° C. O clima é quente e úmido, sendo os meses entre abril e junho o período de maior incidência pluviométrica.

Dispõem de belíssimas praias e possuem também restingas, manguezais, florestas de Mata Atlântica, extensa e densa rede hidrográfica formada por rios, igarapés e lagoas, que juntos formam um quadro natural bem diversificado.

Belmonte é uma das mais antigas cidades da Microrregião Cacaueira (300 anos), tendo sua história baseada em indígenas e jesuítas. Exibe prédios, casarios e monumentos do século XVI.

Historicamente, Canavieiras representa o marco para o início da cultura do

cacau na Bahia, com sementes trazidas do Pará pelo francês Louis Warneau, tendo sido plantadas na Fazenda Cubículo no ano de 1746. Também possui um belo patrimônio histórico-arquitetônico.

Em Itacaré encontra-se uma das mais importantes áreas de Proteção Ambiental do Estado. Tem uma posição geográfica que favorece a formação de grandes ondas, as maiores da Bahia.

A atividade econômica predominante é a monocultura do cacau, todavia os municípios possuem condições propícias para uma grande variedade de culturas, que já são praticadas de forma espaça e tênue. Destacam-se ainda a pecuária bovina e a atividade pesqueira. Atualmente o turismo está sendo considerado como uma atividade de grande importância, como fonte de renda para seus residentes e como uma forma de desprender-se da monocultura do cacau (que passa por uma crise de proporções desastrosas para a região).

Dispõem de modesta infra-estrutura hoteleira para o turismo e serviços de alimentação, além de infra-estrutura básica como saúde, água, transporte e comunicação.

### **Principais Resultados**

A análise das informações possibilita identificar a demanda real e o perfil do turista, e a avaliação que faz da cidade, através da sistematização dos resultados das principais variáveis expostas nas Tabelas 1, 2 e 3, caracterizando os aspectos sociais e econômicos. A avaliação da cidade como produto turístico sob a ótica dos visitantes (serviços, infra-estrutura básica, estrutura de apoio ao turista) pode ser tomada como indicador de qualidade e base para planejamento e projetos de melhorias.

### *Características Bio-Sociodemográficas*

O turismo predominante é o interno (doméstico), caracterizando-se como regional (58,9% dos visitantes pertencem às localidades baianas, com destaque para Salvador). Outros segmentos de destaque são os turistas provenientes do Estado de Goiás e da Região Sudeste.

A faixa etária predominante é a de 36 a 50 anos, demonstrando que é pequena a participação de turistas jovens e a do segmento denominado de terceira idade.

Como ocupação principal destaca-se a de comerciante e a de estudante.

### *Características Econômicas*

Distingue-se o turista com renda na faixa de até 4 salários mínimos para Belmonte e Itacaré, e de 10 a 14 salários mínimos para Canavieiras. O turista que visita as localidades interioranas pertence à classe de turismo popular.

TABELA 1 - BELMONTE: PESQUISA SOBRE O TURISMO RECEPTIVO – 1999

Características do Turista		Características do Turista	
<b>País de Origem (%)</b>		<b>Gasto Médio</b>	
Brasil	98,3	Per Capita Dia (R\$)	18,29
Itália	1,7	Per Capita Dia (R\$) (somente com hospedagem)	10,43
<b>Estado de Origem (Brasil) (%)</b>		<b>Renda Mensal Individual (em salários mínimo)</b>	
Bahia	60,3	Até 4	44,1
Rio de Janeiro	12,1	De 5 a 9	16,9
Esperito Santo	6,9	De 10 a 14	22,0
Minas Gerais	6,9		
Goiás	3,4		
<b>Motivo da Viagem (%)</b>		<b>Turistas cuja Visita</b>	
Passeio	44,1	Não era a primeira vez (%)	61,0
Visita parentes/amigos	35,6	Era a primeira vez (%)	39,0
Negócios	16,9		
Outros	3,4		
<b>Forma de Organização da Viagem (%)</b>		<b>Turistas que</b>	
Não organizada por agência	100	Pretendiam voltar (%)	82,8
		Não pretendiam voltar (%)	13,8
<b>Fator de Motivação da Visita (%)</b>		<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	
Atrativos Naturais	32,0	Pousada (%)	27,0
Manifestações Populares	8,0	Casa própria (%)	15,3
Outros	60,0	Outros (%)	54,2
<b>O que Influenciou a Decisão d a Visita (%)</b>		<b>Faixa Etária (em anos)</b>	
Comentários de parentes/amigos	70,8	De 18 a 25 (%)	39,0
Já conhecia o local	29,2	De 26 a 35 (%)	18,6
		De 36 a 50 (%)	33,9
<b>Ocupação (%)</b>		<b>Avaliação da Cidade (Turistas que conceituaram como negativo) (%)</b>	
Estudante	20,3	Sinalização turística	66,1
Comerciante	10,2	Sinalização urbana	50,8
Professor	6,8	Diversões noturnas	49,1
Aposentado	6,8	Informações turísticas	33,9
		Os passeios oferecidos	33,9
		Limpeza pública	33,9
<b>Meio de Transporte Utilizado (%)</b>		Equipamentos de lazer	28,8
Automóvel	39,0	Serviços de receptivo	28,8
Ônibus	54,2	Serviços de Comunicação	28,8
Outros	6,8	Segurança Pública	25,4
		Guias de turismo	22,0
<b>Permanência média (em dias)</b>	13,9	Comércio	18,7

Fonte: Universidade Estadual de Santa Cruz (1999).

TABELA 2 - CANAVIEIRAS: PESQUISA SOBRE O TURISMO RECEPTIVO - 1999

Características do Turista		Características do Turista	
<b>País de Origem (%)</b>		<b>Gasto Médio</b>	
Brasil	98,4	Per Capita Dia (R\$)	14,39
Outros (Argentina, Itália e Suíça)	1,6	Per Capita Dia (R\$) (somente com hospedagem)	8,56
<b>Estado de Origem (Brasil) (%)</b>		<b>Renda Mensal Individual (em salários mínimo)</b>	
Bahia	55,3	Até 4	19,8
Goiás	15,3	De 5 a 9	23,4
Minas Gerais	9,5	De 10 a 14	20,3
São Paulo	9,5		
Rio de Janeiro	4,7		
<b>Motivo da Viagem (%)</b>		<b>Turistas cuja Visita (%)</b>	
Passeio	64,2	Não era a primeira vez	66,5
Visita parentes/amigos	17,6	Era a primeira vez	33,5
Negócios	9,8		
Outros	8,4		
<b>Forma de Organização da Viagem (%)</b>		<b>Turistas que (%)</b>	
Não organizada por agência	98,8	Pretendiam voltar	95,9
Organizada por agência	1,2	Não pretendiam voltar	2,6
<b>Fator de Motivação da Visita (%)</b>		<b>Meio de Hospedagem Utilizado (%)</b>	
Atrativos Naturais	79,8	Hotel	9,8
Patrimônio histórico	2,4	Pousada	29,5
Outros	17,8	Casa própria	20,2
		Outros	29,5
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita (%)</b>		<b>Faixa Etária (em anos) - (%)</b>	
Comentários de parentes/amigos	42,9	De 18 a 25	14,52
Já conhecia o local	38,1	De 26 a 35	3,3
		De 36 a 50	49,2
		De 51 a 65	10,4
<b>Ocupação (%)</b>		<b>Avaliação da Cidade (Turistas que conceituaram como negativo)</b>	
Comerciante	12,5	A sinalização turística	25,9
Estudante	8,9	A sinalização urbana	23,9
Funcionário público	7,3	Os Serviços de comunicação	20,0
Representante	6,8	As informações turísticas	18,3
		As diversões noturnas	17,1
<b>Meio de Transporte Utilizado (%)</b>		Os passeios oferecidos	13,5
Automóvel	78,8	O comércio	10,3
Ônibus	17,6	Os bares e restaurantes	9,4
Outros	3,6	Os equipamentos de lazer	9,3
		Os guias de turismo	9,0
<b>Permanência média (em dias)</b>	10,4	A segurança pública	6,2

Fonte: Universidade Estadual de Santa Cruz (1999).

TABELA 3 - BELMONTE: PESQUISA SOBRE O TURISMO RECEPTIVO – 1999

Características do Turista		Características do Turista	
<b>País de Origem (%)</b>		<b>Gasto Médio</b>	
Brasil	98,4	Per Capita Dia (R\$)	15,50
Outros (Argentina, Itália e Suíça)	1,6	Per Capita Dia (R\$) (somente com hospedagem)	9,15
<b>Estado de Origem (Brasil) (%)</b>		<b>Renda Mensal Individual (em salários mínimo)</b>	
Bahia	52,2	Até 4	23,4
Goiás	11,2	De 5 a 9	18,0
Minas Gerais	10,3	De 10 a 14	20,2
São Paulo	10,6		
Espírito Santo	8,0		
<b>Motivo da Viagem (%)</b>		<b>Turistas cuja Visita (%)</b>	
Passeio	88,8	Não era a primeira vez	70,0
Visita parentes/amigos	1,9	Era a primeira vez	30,0
Negócios	3,8		
Outros	5,5		
<b>Forma de Organização da Viagem (%)</b>		<b>Turistas que (%)</b>	
Não organizada por agência	99,7	Pretendiam voltar	96,4
Organizada por agência	0,3	Não pretendiam voltar	3,6
<b>Fator de Motivação da Visita (%)</b>		<b>Meio de Hospedagem Utilizado (%)</b>	
Atrativos Naturais	73,2	Pousada	54,8
Manifestações populares	10,7	Casa/Apartamento de Aluguel	11,9
Outros	16,1	Outros	33,3
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita (%)</b>		<b>Faixa Etária (em anos) - (%)</b>	
Comentários de parentes/amigos	47,5	De 18 a 25	25,0
Já conhecia o local	36,3	De 26 a 35	34,0
		De 36 a 50	35,6
		De 51 a 65	5,4
<b>Ocupação (%)</b>		<b>Avaliação da Cidade (Turistas que conceituaram como negativo) - (%)</b>	
Estudante	16,0	A sinalização turística	40,0
Comerciante	10,2	A sinalização urbana	31,4
Funcionário público	6,7	Os Serviços de comunicação	26,6
Advogado	3,8	A limpeza pública	19,2
		As diversões noturnas	17,6
<b>Meio de Transporte Utilizado (%)</b>		As informações turísticas	15,7
Automóvel	82,7	Os equipamentos de lazer	13,5
Ônibus	13,8	O comércio	11,5
Outros	3,5	Os guias de turismo	9,8
		Os bares e restaurantes	6,7
		Os passeios oferecidos	6,4
<b>Permanência média (em dias)</b>	10,4	A segurança pública	6,1

Fonte: Universidade Estadual de Santa Cruz (1999).

Quanto aos gastos realizados na cidade, o menor gasto médio per capita dia auferido é o de Itacaré em virtude da característica de o turista ter baixo nível de renda, e também Canavieiras em virtude dos altos preços praticados pelos comerciantes do local e o mal- abastecimento, levando o turista a fazer suas compras em outras localidades ou levá-las do local de origem; quanto ao gasto médio per capita diasomente com hospedagem o menor valor refere-se à Canavieiras, observando-se que 49,7% dos turistas não utilizaram os meios de hospedagem convencionais.

### Características do Comportamento Turístico

O comportamento do turista que visita essas localidades caracteriza-se pela reincidência (já havia visitado a cidade anteriormente), através de agências, viaja em grupo (com a família ou com amigos) e o fazem a passeio; o principal meio de transporte é o automóvel, e tem como fator de influência os atrativos naturais e demonstra intenção de retornar à localidade em outra visita.

Como principal influência na decisão da visita está o comentário de parentes e amigos (o “boca a boca”), tendo os meios midiáticos pouquíssima influência na decisão do turista. Reflete-se aqui a importância de se oferecer um produto turístico de qualidade, para que a sua influência na divulgação da localidade junto a outros turistas (efetivos e potenciais) seja positiva.

O principal meio de hospedagem é a pousada, sendo que é significativo o número de turistas que não utilizam os meios de hospedagem convencionais. O tempo médio de permanência é de 10 a 14 dias, caracterizando o turista que viaja em férias.

Através do roteiro declarado pelo turista (cidades que visitou antes de chegar à localidade de destino e a cidade que visitará em seguida), observa-se a preferência por localidades circunvizinhas e localidades de turismo de praia (Itabuna, Una, Ilhéus, Prado e Porto Seguro), roteiros que merecem ser melhor explorados estrategicamente.

### Avaliação da Cidade como Produto Turístico

Tomando-se como base para a análise da avaliação da cidade sob a ótica do turista, o conceito negativo (soma dos conceitos ruim e péssimo), observa-se que a infra-estrutura básica e a de apoio turístico é inadequada e precária, gerando insatisfação e muitas reclamações.

Os maiores percentuais são para a informação turística, devido ao despreparo e à falta de visão dos empresários dos meios de hospedagem que não fazem divulgação dos atrativos, dos passeios e de outros fatos de interesse do turista, pois não há livros, guias, folhetos e mapas fantasias das cidades, e à falta de organização e interesse do poder público.

Aliadas à desinformação são apontadas também as condições precárias e, até

mesmo, inexistentes da sinalização urbana e turística. Não há placas de indicação e de orientação nas ruas; a sinalização semaforica onde existe não funciona; como também ainda não se atentou para o fato de ser necessária a indicação dos principais pontos e atrativos turísticos de maneira adequada. Por certo que as cidades são pequenas, mas o turista não poderá se locomover e aproveitar os atrativos que estas possuem se não encontra orientação e condições para informá-lo adequadamente e até retê-lo por um período de permanência maior.

Quanto aos atrativos o maior percentual de insatisfação diz respeito às diversões noturnas, uma vez que são poucas e ainda acontecem de maneira não planejada e desorganizada, pois há dias em que não ocorre nenhuma atração noturna. Restringem-se a poucos bares e restaurantes que oferecem música ao vivo com artistas locais. Os responsáveis pela atividade turística esquecem-se que, além das praias, passeios e outros atrativos que o turista pode desfrutar na manhã e na tarde, também é necessário que haja o entretenimento noturno.

O turista aponta as belezas naturais e a hospitalidade do povo como os aspectos mais agradáveis. Todavia citam a degradação ambiental, a má qualidade dos serviços e o descaso da administração pública como os mais desagradáveis.

Com relação aos aspectos de avaliação da cidade, os resultados demonstram que os órgãos e empresários responsáveis pelos componentes do produto turístico das localidades em estudo não têm consciência da importância dos fatores de desenvolvimento e apoio ao turismo.

Por isso o turista mostra-se exigente e insatisfeito com a infra-estrutura básica e turística oferecida.

### Considerações Finais

Com as informações da pesquisa e com a análise do perfil do turista e da avaliação da cidade como produtos turísticos, verifica-se que o turismo receptivo das localidades em estudo apresenta-se em condições precárias, amadorísticas e com sérias dificuldades de infra-estrutura de apoio turístico e qualidade de serviços.

Uma vez que o turismo é apontado como a atividade econômica capaz de promover o desenvolvimento econômico, captar e proteger divisas, gerar empregos e diminuir as desigualdades sociais, merece ser tratado com seriedade e total interesse para que os resultados positivos sejam alcançados. Deste modo é preciso definir as prioridades que fomentarão o turismo, pois há urgência quanto à sistematização da atividade, exigindo definições dos órgãos competentes quanto às diretrizes que devem ser tomadas.

Além de ações que implementem e melhorem a infra-estrutura básica e de apoio turístico e da qualidade dos serviços que dão apoio ao produto turístico já comercializado (o turismo “sol e praia”), outros pontos que devem ser observados em projetos estrategicamente planejados para solucionar os problemas apresentados

e contribuir para a expansão da atividade com reflexos positivos para a economia do município são:

- adequar o produto turístico oferecido às exigências da demanda real identificada como mercado interno e regional, pois é este mercado que impulsiona o desenvolvimento do turismo e é o fator principal de avaliação da seletividade e qualidade dos serviços oferecidos;
- estudar propostas para exploração de outras riquezas naturais como forma de lazer e entretenimento, que não seja apenas a praia, buscando diversificar a oferta turística fazendo uso também das riquezas históricas e culturais;
- desenvolver propostas tendo como base a unidade de destinos e a zona regional (*clusters* Costa do Cacau e Costa do Descobrimento, em especial Belmonte e Canavieiras que são limitrofes e podem complementar-se), com diferenciais que possam atrair a demanda;
- qualificar o potencial humano prestador de serviços, valorizando seu crescimento e capacidades, para que este possa atingir as metas de satisfação próprias necessárias à qualidade de vida e à satisfação dos turistas;
- incentivar os investimentos do setor privado;
- divulgar o produto turístico em outras localidades e na própria cidade;
- ter em mente o turismo sustentável respeitando o meio ambiente através da exploração racional do espaço receptivo e da preservação dos recursos naturais;
- ter capacidade de gestão adequando a infra-estrutura e a prestação de serviços a fim de orientar e explorar novas demandas de turistas, para que seja possível distribuir o potencial turístico de forma a quebrar a sazonalidade turística (alta e baixa estação) e obter melhor aproveitamento da estrutura e dos atrativos.

Algumas propostas que podem ser consideradas no sentido de se concentrar na exploração de outros nichos do turismo e de outras riquezas, como forma de distribuir a atividade durante todo o ano quebrando a sazonalidade, são:

- *turismo histórico-cultural*: através da história do município, da cultura do cacau, do patrimônio arquitetônico e das festas folclóricas;
- *turismo gastronômico*: já é praticado com a festa do caranguejo, podendo-se implantar outras modalidades;
- *turismo religioso*: com as festividades do padroeiro e outras datas do calendário religioso;
- *turismo náutico*: divulgar e organizar a pesca do marlin que já acontece na costa marítima de Canavieiras; outras modalidades podem ser desenvolvidas, como os esportes náuticos.
- *turismo rural*: os municípios possuem belíssimas fazendas e algumas com culturas agrícolas diversificadas, inclusive há fazendas com características relevantes para a história regional;
- *turismo de saúde*: há suposições de que a lama-negra de Canavieiras tenha propriedades medicinais, o que deve ser investigado pelo governo municipal;

- *turismo da terceira idade*: com estrutura e atrações adequadas;
- *turismo ecológico*.

Para que a atividade turística nas pequenas localidades ocorra dentro do processo de desenvolvimento equilibrado, integrado, valorizado e auto-sustentável do turismo faz-se necessário um planejamento em conformidade com as necessidades apresentadas neste estudo de demanda, bem como com as tendências que são delineadas atualmente para o futuro da atividade no Brasil e no mundo, e com a realidade econômica e política em que estão inseridos. Esse planejamento dependerá de ações efetivas por parte das autoridades governamentais e da iniciativa privada, obviamente sem deixar de envolver a comunidade no processo de decisão e operacionalização da atividade. É necessário que todos os agentes envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo estejam efetivamente engajados, e sem dúvida alguma as instituições acadêmicas e os órgãos de pesquisa têm um papel fundamental a desempenhar no apoio e fomento através das pesquisas.

### Referências Bibliográficas

BAHIATURSA, 1998

DENCKER, Ada Maneti. 1998. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.

EMBRATUR—Instituto Brasileiro de Turismo. 1996. *Política Nacional de turismo: diretrizes e programas*. Brasília: EMBRATUR.

GAZETA MERCANTIL. Rio de Janeiro, 26 nov. 1998.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 10 fev. 1999.

REJOWSKI, Mirian. 1998. Realidade versus necessidades da pesquisa turística no Brasil.

*Turismo em Análise*, São Paulo: ECA/USP, v.9 n.1.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ. 1998. *Pesquisa da Demanda Turística de Belmonte, Canavieiras e Itacaré*. Ilhéus: UESC.

Recebido em 20/6/99

Aprovado em 30/8/99