

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA
MESTRADO PROFISSIONAL

Kenard Pacheco de Andrade Filho

**UMA AVALIAÇÃO DO PÓLO TURÍSTICO DE SÃO LUÍS (MA) COM ÊNFASE NA DEMANDA
TURÍSTICA INTERNACIONAL**

**Recife - PE
2003**

KENARD PACHECO DE ANDRADE FILHO

**UMA AVALIAÇÃO DO PÓLO TURÍSTICO DE SÃO LUÍS (MA) COM ÊNFASE
NA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL**

*Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado
Profissional em Economia da Universidade
Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito
para obtenção do grau de mestre.*

*Orientador: Prof. Dr. Zionam Euvécio Lins Rolim.
Co-orientador: Prof. Dr. Olímpio J. de Arrouxelas
Galvão.*

**Recife - PE
2003**

KENARD PACHECO DE ANDRADE FILHO

**UMA AVALIAÇÃO DO PÓLO TURÍSTICO DE SÃO LUÍS (MA) COM ÊNFASE
NA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Economia da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito para obtenção do grau de mestre.

Aprovada em: ____/____/____.

Prof. Dr.

Prof. Dr.

Prof. Dr.

*“Nossas vidas são traidoras e nos fazem
perder o bem que poderíamos conquistar
se não fosse o medo de tentar”.*

Shakespeare

A meus pais, Kenard e Beatriz, pelo que sou.

A minha esposa Fernanda e aos meus filhos, Maria Eduarda e Kenard Neto, pelo apoio e compreensão nas longas horas que dediquei ao estudo.

Ao meu irmão Rodolfo, amigo de todas as horas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, fonte máxima de força e inspiração.

Ao Prof. Dr. Zionam Euvécio Lins Rolim pela orientação desta Dissertação.

Ao Prof. Dr. Olímpio J. de Arrouxelas Galvão, pelo incentivo e sábios conselhos.

Ao UNICEUMA e a UFPE pela realização deste Mestrado em São Luís (MA).

A toda equipe da Sub-Gerência de Turismo do Governo do Maranhão pela atenção dispensada e pelas inúmeras informações concedidas.

Ao amigo Alexandre Ribeiro Brandão, Presidente da ABIH/MA, pelas informações prestadas.

Ao Professor e amigo Cidinho Marques pela tradução para o inglês do Abstract.

A minha mãe, Beatriz, professora e mestra, pela ajuda inestimável na discussão crítica e revisão final do texto.

A minha esposa, Fernanda, pelo companheirismo e apoio nas horas difíceis.

Aos colegas de mestrado pelo convívio durante o curso.

A todos que, de alguma maneira, colaboraram com esta pesquisa.

RESUMO

Uma avaliação do pólo turístico de São Luís (MA) com ênfase na demanda turística internacional. Trata-se de uma pesquisa documental sobre os dados da SUDENE e da GEPLAN/MA, no período 1996/2001, relativos ao perfil do turista em São Luís (MA) e de uma observação direta intensiva, para o exame de fatos e fenômenos ligados à atividade turística na capital maranhense. Mesmo com belezas naturais e culturais que formam um conjunto único e diferenciado, São Luís (MA) só tem conseguido atrair um pequeno contingente de turistas de outros países. Desse modo, o objetivo da presente dissertação é identificar e analisar os fatores que têm dificultado o desenvolvimento do turismo receptivo internacional nesta cidade. Para tanto, são analisados: o perfil do turista estrangeiro que tem visitado o referido pólo, as características da sua viagem e a sua avaliação a respeito da infra-estrutura, dos equipamentos, dos serviços e dos atrativos turísticos. Para melhor fundamentar as conclusões do estudo, procede-se a uma comparação da avaliação de São Luís (MA) com os resultados dos oito principais destinos turísticos do Brasil, segundo a pesquisa da demanda turística internacional realizada pela EMBRATUR, também no período 1996/2001. As autoridades governamentais, nos últimos anos, passaram a dar mais atenção ao turismo, uma vez que este vem se destacando na geração e distribuição de renda, na criação de empregos diretos e indiretos, e no aumento das receitas do governo. Sendo assim, este trabalho representa uma importante contribuição para os setores público e privado, facilitando a definição de objetivos, estratégias e políticas no segmento turístico.

ABSTRACT

An analysis of the touristic destination of São Luís (MA) with emphasis on the international demand. It is a documental research on data from SUDENE and GEPLAN/MA gathered within the period of 1996 to 2001 referring to the tourist profile of São Luís (MA) and from direct and intensive observation towards the evaluation of facts and phenomena connected to tourist activity in the capital of Maranhão. Despite the natural and cultural beauties that compose a unique and differentiated city, São Luís (MA) has only been able to attract a small amount of foreign tourists. Therefore, this dissertation is aimed at identifying and analyzing some of the factors that have made it difficult to achieve a full development of receptive international tourism in the city. In order to accomplish that goal the following points will be taken into account: the profile of the foreign tourists that have visited the place, the characteristics of their travels and the evaluation of the infrastructure, equipment, services and the tourist attractions. A comparison among the outputs of the eight main tourist destinations in Brasil based on a tourist international demand study made by EMBRATUR in the period cited above, has been carried out in order to strengthen the conclusion of this work. In recent years government authorities have devoted more attention to the tourism sector since it has been showing outstanding increase of income generation and distribution, more direct and indirect job offer and on the government income. Therefore, this work represents an important contribution to the public and private areas making it easier to define objectives, strategies and policies for the tourism realm.

LISTA DE FOTOS

Foto 01: Mapa do Maranhão com destaque aos cinco principais pólos turísticos.....22

Foto 02: Mapa da Ilha de São Luís (MA)24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Evolução do turismo.....	49
Gráfico 02: Previsões para o turismo.....	52
Gráfico 03: Principais produtos de exportação do Brasil (US\$ 1.000,00)	59
Gráfico 04: Renda média anual individual 1996/2001 – (US\$ 1,00)	72
Gráfico 05: Viagens não organizadas por agências – média 1996/2001	80
Gráfico 06: Alojamento do tipo hotel – média 1996/2001	82
Gráfico 07: Gasto médio per capita dia (US\$ 1,00)	85
Gráfico 08: Intenção de voltar à localidade no período 1996/2001	86
Gráfico 09: Turistas que criticaram a sinalização turística – 1996/2001	93
Gráfico 10: Turistas que criticaram a limpeza pública – 1996/2001	95
Gráfico 11: Turistas que criticaram as comunicações – 1996/2001	96
Gráfico 12: Turistas que criticaram a segurança pública – 1996/2001	98
Gráfico 13: Turistas que criticaram transporte urbano – 1996/2001	99
Gráfico 14: Turistas que criticaram o aeroporto – 1996/2001	101
Gráfico 15: Turistas que criticaram as informações turísticas – 1996/2001	102
Gráfico 16: Turistas que criticaram os guias de turismo – 1996/2001	104
Gráfico 17: Turistas que criticaram os meios de hospedagem – 1996/2001	105
Gráfico 18: Turistas que criticaram os restaurantes – 1996/2001	107
Gráfico 19: Turistas que criticaram os táxis – 1996/2001	108
Gráfico 20: Turistas que criticaram as diversões noturnas - 1996/2001	110
Gráfico 21: Turistas que criticaram o comércio – 1996/2001	111
Gráfico 22: Turistas que criticaram os atrativos turísticos – 1996/2001	113

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Chegada de turistas internacionais e receita gerada no período 1950/2000	49
Quadro 02: Chegada de turistas internacionais por região no período 1995/2000 (em milhões)	50
Quadro 03: Receita gerada com o turismo internacional por região no período 1995/2000	50
Quadro 04: Chegada de turistas no Mundo, América do Sul e Brasil no período 1995/2000	55
Quadro 05: Participação das chegadas de turistas Brasil na América do Sul, Brasil no Mundo e América do Sul no Mundo no período 1995/2000	55
Quadro 06: Receita Cambial gerada pelo turismo no Mundo, na América do Sul e no Brasil no período 1995/2000	56
Quadro 07: Participação da receita cambial do Brasil na da América do Sul, do Brasil na do Mundo e da América do Sul na do Mundo no período 1995/2000	57
Quadro 08: Balanço de Pagamentos – Conta Turismo do Brasil – 1995/2000 (US\$1.000,00)	57
Quadro 09: População economicamente ativa e empregos gerados em atividades turísticas 1994/1998.....	58
Quadro 10: Cidades mais visitadas no período 1996/2001	59
Quadro 11: Idade dos turistas estrangeiros no período 2000/2001.....	60
Quadro 12: Grau de instrução dos turistas estrangeiros no período 2000/2001	60

Quadro 13: Profissão dos turistas estrangeiros no período 1996/2001.....	61
Quadro 14: Renda média anual individual dos turistas estrangeiros no período 1996/2001 (US\$ 1,00)	61
Quadro 15: Principais países emissores de turistas para o Brasil - 1995/2000	62
Quadro 16: Motivo da viagem dos turistas estrangeiros no período 2000/2001	62
Quadro 17: Fator decisório da visita dos turistas estrangeiros no período 2000/2001	63
Quadro 18: Meio de comunicação que influenciou a decisão de visita dos turistas estrangeiros no período 1998/2001	63
Quadro 19: Hábito de viajar dos turistas estrangeiros no período 2000/2001	64
Quadro 20: Forma de organização da viagem no período 1996/2001	64
Quadro 21: Tipo de alojamento utilizado pelos turistas estrangeiros no período 1996/2001	65
Quadro 22: Permanência média do turista estrangeiro no período 1996/2001 (dias).....	65
Quadro 23: Gasto médio per capita dia do turista estrangeiro no período 1996/2001 (dias).....	65
Quadro 24: Intenção de voltar ao Brasil no período 1996/2001.....	66
Quadro 25: Itens que os turistas estrangeiros mais acharam ruins no período 1996/2001	66
Quadro 26: Idade dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) - 1996/2001.....	69

Quadro 27: Profissão dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) – 1996/2001	70
Quadro 28: Renda média anual individual do turista estrangeiro em São Luís – 1996/2001	71
Quadro 29: Turistas em São Luís (MA) segundo residência permanente no período 1996/2001	73
Quadro 30: Motivo da viagem dos turistas estrangeiros a São Luís (MA) no período 1996/2001	76
Quadro 31: Percentual do motivo de viagem “turismo” no período 1996/2001.....	77
Quadro 32: Fator decisório da visita dos turistas estrangeiros a São Luís (MA) – 1996/2001	78
Quadro 33: Meio de comunicação que influenciou a decisão de visita dos turistas estrangeiros a São Luís (MA) - 1996/2001	78
Quadro 34: Hábito de viajar dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) – 1996/2001	79
Quadro 35: Percentual de viagens não organizadas por agências no período 1996/2001	80
Quadro 36: Tipo de alojamento utilizado pelos turistas estrangeiros em São Luís – 1996/2001	81
Quadro 37: Percentual de utilização do alojamento tipo hotel – 1996/2001	82
Quadro 38: Permanência média dos turistas no período 1996/2001	83
Quadro 39: Gasto médio per capita/dia no período 1996/2001	84

Quadro 40: Intenção de voltar à localidade no período 1996/2001	86
Quadro 41: Percentual de turistas que criticou a sinalização turística no período 1996/2001	92
Quadro 42: Percentual de turistas que criticou a limpeza pública no período 1996/2001	94
Quadro 43: Percentual de turistas que criticou as comunicações no período 1996/2001	96
Quadro 44: Percentual de turistas que criticou a segurança pública no período 1996/2001	97
Quadro 45: Percentual de turistas que criticou o transporte urbano no período 1996/2001	99
Quadro 46: Percentual de turistas que criticou os aeroportos no período 1996/2001	100
Quadro 47: Percentual de turistas que criticou as informações turísticas no período 1996/2001	102
Quadro 48: Percentual de turistas que criticou os guias de turismo no período 1996/2001	103
Quadro 49: Percentual de turistas que criticou os meios de hospedagem no período 1996/2001	105
Quadro 50: Percentual de turistas que criticou os restaurantes no período 1996/2001	106
Quadro 51: Percentual de turistas que criticou os táxis no período 1996/2001.....	108
Quadro 52: Percentual de turistas que criticou as diversões noturnas no período 1996/2001	109

Quadro 53: Percentual de turistas que criticou o comércio no período 1996/2001111

Quadro 54: Avaliação dos atrativos turísticos pelos turistas estrangeiros em São
Luís (MA) no período 1996/2001112

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIH/MA – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis no Estado do Maranhão

AIST – Associação Internacional de Especialistas Científicos

BACEN – Banco Central do Brasil

CEPRAMA – Centro de Produção Artesanal do Maranhão

CTI/NE – Fundação Comissão de Turismo Integrado do Nordeste

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

FADE – Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal de Pernambuco

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo

GEPLAN/MA – Gerência de Planejamento do Governo do Estado do Maranhão

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MDIC – Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio

OMT – Organização Mundial de Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PRODETUR/NE – Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco

UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura

WTTC – World Travel and Tourism Council

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	19
1.1 JUSTIFICATIVA.....	21
1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	26
1.3 OBJETIVOS	27
1.4 METODOLOGIA	27
 CAPÍTULO II – REFERENCIAL TEÓRICO.....	 32
2.1 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO	32
2.2 O TURISMO E O TURISTA.....	35
2.3 A DEMANDA TURÍSTICA	39
2.4 A OFERTA TURÍSTICA	44
2.5 ASPECTOS DO TURISMO NO MUNDO E NO BRASIL.....	47
2.5.1 O turismo mundial	47
2.5.2 O turismo receptivo no Brasil.....	52
 CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	 68
3.1 O PERFIL DO TURISTA ESTRANGEIRO	68
3.1.1 Idade	69
3.1.2 Grau de instrução.....	69
3.1.3 Profissão	70
3.1.4 Renda média per capita ano.....	70
3.1.5 Principais centros emissores de turistas para São Luís (MA).....	72
3.1.6 Considerações finais sobre o perfil do turista estrangeiro no pólo turístico de São Luís (MA)	74
3.2 CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM	76
3.2.1 Motivo da viagem.....	76
3.2.2 Fator decisório da visita.....	77

3.2.3	Meio de comunicação que influenciou na decisão da visita.....	78
3.2.4	Hábito de viajar	79
3.2.5	Forma de organização da viagem.....	79
3.2.6	Tipo de alojamento utilizado	81
3.2.7	Permanência média	83
3.2.8	Gasto médio per capita dia	84
3.2.9	Intenção de voltar ao pólo turístico de São Luís (MA).....	85
3.2.10	Considerações finais sobre as características da viagem	87
3.3	AVALIAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA, EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS	91
3.3.1	Sinalização turística.....	92
3.3.2	Limpeza pública.....	93
3.3.3	Comunicações.....	95
3.3.4	Segurança pública.....	97
3.3.5	Transporte urbano.....	98
3.3.6	Aeroporto.....	100
3.3.7	Informações turísticas.....	101
3.3.8	Guias de turismo	103
3.3.9	Meios de hospedagem.....	104
3.3.10	Restaurantes.....	106
3.3.11	Táxis	107
3.3.12	Diversões noturnas	109
3.3.13	Comércio	110
3.3.14	Atrativos turísticos.....	112
3.3.15	Considerações finais sobre a avaliação da infra-estrutura, equipamentos, serviços e atrativos turísticos.....	114
CAPÍTULO IV – CONCLUSÕES		123
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		125

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as pessoas sentiram, mais de perto, a necessidade de repouso e de relaxamento. Passaram a ter maior consciência da importância do bem-estar individual e a buscar melhor qualidade de vida. Neste cenário, o turismo surge como uma alternativa ideal, permitindo que o ser humano se distancie do ambiente cotidiano, mude a rotina diária e renove suas energias.

“Para o homem em estado de carência, a nossa sociedade oferece o turismo, as férias longe do universo cotidiano, sob as formas mais diversas e as enfeitam com todas as qualidades, permitem a evasão, resolvem os problemas, distribuem força e energia, embelezam a existência e trazem a felicidade” (KRIPPENDORF, 2001, p. 389).

Assim, o turismo, na sociedade contemporânea, ultrapassou barreiras e superou limites antes vistos como inatingíveis. Associado a um conjunto de atividades diversas que engloba os transportes, as práticas de lazer, o entretenimento, os agenciamentos de viagens, os meios de hospedagem e tantas outras ações mercadológicas, o turismo passou a produzir impactos consideráveis em um grande número de segmentos produtivos da economia, criando pólos de desenvolvimento, produzindo riquezas, redistribuindo divisas e gerando empregos. Mais do que isto, os seus efeitos extrapolam o caráter econômico, envolvendo os aspectos sociais, políticos, culturais e ambientais, nem sempre fáceis de serem estudados.

Como ensina RABAHY (1990, p. 55), a avaliação dos efeitos do turismo consiste numa tarefa complexa pelas dificuldades na obtenção de estatísticas necessárias, padronizadas para os diversos países envolvidos, e pelo atual estágio metodológico dos estudos e análise do setor de serviços, onde também se inclui o turismo.

WAHAB (1991, p. 23) mostra ter uma opinião semelhante quando diz que o turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre indústria, comércio e serviços, estando aí a razão pela qual os países em desenvolvimento tratam o turismo como uma indústria merecedora de tantos incentivos.

Por se tratar de um espaço tão promissor e inter-relacionado com infinitas formas de produção, a partir da segunda metade da década de 90, o setor de turismo do Brasil, para maximizar seu desempenho, passou a ser orientado por uma política nacional de turismo, sob a responsabilidade do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, com objetivos estratégicos de: fomento, defesa do consumidor, desenvolvimento do pensamento estratégico, qualidade de serviços, descentralização, conscientização, articulação, turismo interno e inserção internacional.

De modo semelhante, no final dos anos 90, o governo do Maranhão, consciente de que nenhuma ação consistente, com base num planejamento aprofundado nas reais possibilidades de exploração turística, tinha sido objeto de metas prioritárias do Estado, e reconhecendo o turismo como opção que movimenta os mais diversos segmentos da produção, com a geração de trabalho e renda, elaborou um plano de turismo, a fim de consolidar a oferta de produtos de real atrativo.

Este Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo no Maranhão foi dividido em três fases. A primeira fase, de maio a outubro de 1999, objetivou a realização de um diagnóstico e a formulação de estratégias de desenvolvimento. A segunda, realizada no período de outubro a dezembro de 1999, constou da elaboração do plano operacional. A última fase, iniciada em janeiro de 2000, diz respeito à implantação e consolidação do plano operacional. Mesmo com a mudança no governo do Estado do Maranhão, em 2003, o Plano Maior de Turismo, continua sendo seguido.

1.1. JUSTIFICATIVA

A importância do turismo é devida ao seu papel no equilíbrio do balanço de pagamentos, geração de emprego e renda, aumento das receitas do governo, melhoria da infra-estrutura e redistribuição de renda (ROLIM, 1999, p. 220). Essas afirmações são reforçadas ao se considerar as previsões do World Travel and Tourism Council – WTTC (1996) para o ano de 2006, as quais estimam que o turismo empregará 385 milhões de pessoas e responderá por 11,5% do produto interno bruto mundial.

Para países de nível intermediário de desenvolvimento e em desenvolvimento, preponderantemente receptores, o significado produtivo do turismo é ainda mais evidente (RABAHY, 1990, p. 58). No Brasil, país de grandes viabilidades turísticas, mesmo com algum atraso, as autoridades governamentais passaram a considerar este setor como uma importante alternativa de desenvolvimento, principalmente nas regiões menos favorecidas.

Reconhecendo que os impactos da atividade turística podem desencadear mais oportunidades do que qualquer outra, tem-se assistido a iniciativas públicas e privadas, buscando implementar e divulgar uma nova cultura turística, inclusive com a conscientização da sociedade brasileira para a importância do turismo e com a formação de uma imagem positiva do Brasil no exterior.

Segundo TRIGO (2002, p. 115) as políticas adotadas pelo governo federal brasileiro para o setor de turismo, na segunda metade da década de 90, tiveram um sucesso razoável, em que pese ainda existirem grandes desafios para o pleno desenvolvimento do turismo, como é o caso da preservação ambiental, da qualidade dos serviços e da capacitação profissional em larga escala e em todos os níveis.

Os vários governos do Maranhão também vêm, ano após ano, buscando soluções para o desenvolvimento do Estado e para a melhoria das condições de vida da população, e diante do grande potencial, o turismo se apresenta como uma das opções mais viáveis. No Maranhão, são cinco pólos turísticos privilegiados: São Luís, Floresta dos Guarás, Parque dos Lençóis, Delta das Américas e Chapada das Mesas; com belezas naturais e culturais que formam um conjunto único e diferenciado. São Luís, como centro convergente e distribuidor de turistas para todo o Estado, é o alvo principal do presente estudo.



Foto 01: Mapa do Maranhão com destaque aos cinco principais pólos turísticos.

Com uma área territorial de 828 Km² e com uma população estimada em 925.000 habitantes, São Luís (MA) dispõe de belas praias, entre as quais, pode-se destacar: São Marcos, Ponta d'Areia, Calhau, Caolho, Olho d'Água e Guia. A Avenida Litorânea, que liga as principais praias da ilha, vem se tornando um ponto de concentração turística e, assim, estimulando o surgimento de uma série de negócios ao longo da sua extensão.

No patrimônio histórico de São Luís (MA), um dos mais ricos do país, destaca-se o acervo arquitetônico da Praia Grande (Projeto Reviver), Praça Benedito Leite, Largo do Carmo, Cais da Sagração, Palácio dos Leões e “La Ravardière”, Teatro Artur Azevedo, Fonte de Santo Antônio, Fonte das Pedras, Largo do Ribeirão, Largo dos Amores e Sítio do Físico; além de igrejas centenárias, tais como: Igreja de São José do Desterro, Igreja de São Pantaleão, Igreja do Carmo, Igreja da Sé, Igreja dos Remédios e Igreja de Santo Antônio.

Quanto às manifestações populares, é importante citar os festejos juninos, onde são apresentadas danças como o Bumba-meu-boi, Tambor de Crioula, Quadrilhas e Tambor de Mina; o reggae, que a partir da década de 80 se espalhou por todos os cantos da ilha, fazendo com que São Luís ganhasse o título de “Capital Brasileira do Reggae”; o Marafolia, criado na década de 90, que é um evento que traz o melhor do carnaval fora de época e já faz parte do calendário festivo maranhense, atraindo milhares de pessoas para os embalos do axé e da timbalada; e as festas carnavalescas, que começam exatamente no primeiro final de semana do ano, com escolas, blocos tradicionais e bandas, e fazem do circuito Bairro da Madre Deus, um dos maiores berços deste folclore.

Para mostrar um pouco do acervo cultural maranhense, São Luís (MA) dispõe de alguns museus, tais como: Museu Histórico e Artístico do Maranhão, Museu de Arte Sacra do Maranhão, Museu do Negro, Museu do Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho, Museu de Artes Visuais e Convento das Mercês.



Foto 2: Mapa da Ilha de São Luís

Feito basicamente de palha, coco, barro e flandre, o artesanato local é diversificado, possuindo um local amplo e bem localizado, para a sua produção e comercialização, que é o Centro de Produção Artesanal do Maranhão (CEPRAMA), disponibilizado pelo governo estadual.

São Luís (MA) tem como via de acesso rodoviário a BR 135. Possui um complexo portuário que se destaca internacionalmente, recebendo os maiores graneleiros do mundo e movimentando cargas superiores a 50 milhões de toneladas/ano. Quanto às ferrovias, São Luís (MA) é servida pela Estrada de Ferro Carajás com 892 Km e pela Companhia Ferroviária do Nordeste com 450 Km.

O aeroporto da capital maranhense foi reformado na segunda metade da década de noventa, passando a contar com três pontes de embarque/desembarque, com um pátio principal para 5 aeronaves de grande porte, com um pátio secundário para posicionar até 15 aeronaves de pequeno porte, com terminal de passageiros capaz de atender um milhão de passageiros/ano, com trinta lojas comerciais e com estacionamento para 400 veículos.

Segundo informações da Presidência da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis no Maranhão (ABIH/MA), São Luís (MA) reúne, atualmente, 46 alojamentos do tipo hotel com uma oferta de aproximadamente 5.200 leitos/dia, além de um considerável número de hospedagens alternativas, espalhadas pela cidade e de difícil mensuração.

Mesmo com as potencialidades existentes, o número de turistas na capital maranhense ainda é inexpressivo. Na verdade, o crescimento do turismo em São Luís (MA), a exemplo do que já aconteceu em outras cidades do Nordeste, vai depender, entre outras coisas, da sua capacidade de atrair turistas do exterior e de ser competitiva internacionalmente. Contudo, para atrair os turistas estrangeiros, é necessário mais do que as belezas naturais e culturais. É preciso conhecer as oportunidades, as ameaças, as forças e as fraquezas do pólo turístico de São Luís (MA), a fim de que se possa melhor formular objetivos e estratégias para dinamizar e desenvolver todo o seu potencial.

Assim, justifica-se a realização da presente dissertação, cuja finalidade é avaliar o pólo turístico de São Luís (MA) no período de 1996 a 2001, com ênfase na demanda turística internacional. Acredita-se que este estudo, além de indicar propostas alternativas para o desenvolvimento do turismo local e de oferecer subsídios que facilitem a formulação de objetivos e de estratégias para a implementação de ações dinamizadoras, poderá servir como fonte de informações, sugerindo possibilidades de trabalhos e novas perspectivas, especificamente no contexto maranhense.

1.2. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Tombada pela UNESCO, São Luís (MA), desde 1997, porta o título de patrimônio histórico e cultural da humanidade. Com uma cultura autêntica e viva, a cidade de São Luís é um segmento importante da história colonial maranhense e brasileira, mantendo tradições populares, com festas profanas e religiosas, que fazem do seu folclore, um dos mais ricos do Brasil.

Caracterizada como porto fluvial e marítimo, São Luís possui belezas naturais incontestáveis, com praias de águas mornas e de areias brancas. É a capital e a cidade de maior importância do Maranhão, sendo o principal portão de entrada para todo o Estado, inclusive para o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, um dos mais raros fenômenos geológicos do mundo, um deserto cheio de lagoas de águas cristalinas, formadas pelas chuvas intensas.

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, no ano de 2001, as oito cidades do Brasil mais visitadas pelos turistas estrangeiros foram, respectivamente, Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Florianópolis (SC), Foz do Iguaçu (PR), Salvador (BA), Recife (PE), Porto Alegre (RS) e Fortaleza (CE). Vale observar que dentre essas oito cidades, três estão localizadas no Nordeste do país.

Também fazendo parte do extenso litoral nordestino e demonstrando ter um grande potencial para o turismo, São Luís (MA) não se destaca no cenário nacional frente à demanda turística internacional, o que evidenciou o principal problema a ser tratado a partir da seguinte pergunta de pesquisa:

“Quais os fatores que têm dificultado o crescimento e o desenvolvimento do turismo receptivo internacional no pólo turístico de São Luís (MA)?”

1.3. OBJETIVOS

No sentido de responder ao problema de pesquisa, o presente estudo tem os seguintes objetivos: identificar e analisar os fatores que têm dificultado o desenvolvimento do turismo receptivo internacional no pólo turístico de São Luís do Maranhão no período de 1996 a 2001.

Para tanto, faz-se necessária a identificação do perfil e das características da viagem do turista estrangeiro que tem visitado São Luís (MA), bem como a avaliação da infraestrutura, equipamentos, serviços e atrativos do pólo turístico em questão, comparando-o com os principais destinos do Brasil.

1.4.METODOLOGIA

Nesta investigação, foram introduzidas abordagens metodológicas, bem como técnicas e procedimentos de avaliação para assegurar a objetividade do conhecimento científico da realidade estudada e as correlações entre efeitos e seus fatos geradores.

Dado que a natureza da presente pesquisa é predominantemente avaliativa e, tendo em vista os diversos paradigmas teórico-metodológicos utilizados para compreender, nesta perspectiva, o fenômeno em sua plenitude, optou-se por conduzir este estudo com abordagens metodológicas quantitativas e qualitativas, partindo do pressuposto de que estas não são opostas, mas devem simultaneamente convergir na “complementaridade mútua, sem confinar os processos e questões metodológicas a limites que atribuam os métodos quantitativos exclusivamente ao positivismo ou os métodos qualitativos ao pensamento interpretativo” (CHIZZOTTI, 1991, p. 53).

Considerando o problema a ser investigado e os objetivos desta dissertação, foi realizada uma ampla pesquisa documental e bibliográfica, no sentido de localizar as fontes apropriadas. Foi feito um exame completo e cuidadoso dos documentos dos principais órgãos de turismo do país, além da observação direta intensiva por meio da verificação de fatos ligados ao pólo turístico de São Luís (MA) e da realização de entrevistas não dirigidas. Foram entrevistados o Presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis no Maranhão (ABIH/MA) e o responsável pela Sub-Gerência de Turismo do Governo do Estado do Maranhão, que falaram sobre o turismo em São Luís (MA).

Sendo assim, o desenvolvimento desta pesquisa abrangeu, inicialmente, a identificação e seleção das fontes, com dados de São Luís (MA) e de outros pólos turísticos do Brasil, sob a ótica da demanda turística internacional. Foram selecionadas fontes estatísticas de órgãos oficiais, tais como: pesquisas do perfil do turista em São Luís (MA) e nas demais capitais do Nordeste, realizadas pela GEPLAN/MA e pela SUDENE, no período de 1996, primeiro ano pesquisado, a 2001, último ano com dados disponíveis quando do início da presente dissertação; e os estudos da demanda turística internacional, realizados pela EMBRATUR, no mesmo período.

Em seguida, foi feita uma análise da metodologia empregada. No que se refere à SUDENE e GEPLAN/MA, as pesquisas são feitas por meio da aplicação de questionário padrão, em amostragem aleatória simples, nos principais portões de entrada/saída das cidades estudadas, durante sete dias corridos. O questionário utilizado teve por base o modelo da EMBRATUR, adotando a conceituação e os procedimentos metodológicos definidos pela OMT. Basicamente, são levantados e publicados três tipos de dados: perfil do turista, caracterização da viagem e avaliação do pólo turístico.

Para avaliar os atrativos, a infra-estrutura, os equipamentos e os serviços turísticos, são adotados os conceitos: ótimo, bom, regular, ruim, péssimo e não se aplica, quando o turista não sabe ou não se sente capaz de avaliar o item pesquisado. No ano de 2001, último ano analisado da série estatística, a GEPLAN/MA, além do relatório quantitativo, realizou e publicou um relatório qualitativo, com observações emitidas pelos entrevistados.

Já no caso da EMBRATUR, os estudos da demanda turística internacional são realizados mediante entrevistas nos principais portões de entrada e saída de turistas, que em 2001, foram os seguintes: aeroportos do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Salvador, Manaus, Fortaleza, Porto Alegre, Florianópolis, Porto Seguro, Curitiba, Belém; e nas fronteiras terrestres situadas em Santana do Livramento, Uruguaiana, Chuí e Foz do Iguaçu. Basicamente são levantadas e publicadas as seguintes informações gerais: perfil do turista, caracterização da viagem e avaliação dos atrativos, da infra-estrutura urbana, dos equipamentos e serviços turísticos.

Os resultados da avaliação da EMBRATUR são expressos por meio dos conceitos: excelente, bom, regular e ruim. A EMBRATUR lembra que, embora obedecendo aos mesmos procedimentos metodológicos, ao longo dos anos, as variáveis incluídas na composição do perfil têm sofrido eventuais alterações, visando ou uma adequação às características do fluxo ou a obter maior clareza e precisão dos dados.

Na sequência, foram realizados o tratamento e a apresentação dos dados, coletados nos estudos da SUDENE, da GEPLAN/MA e da EMBRATUR, com vistas à comparação da avaliação do pólo de São Luís (MA) com a avaliação dos destinos turísticos mais procurados do Brasil.

Para que fosse possível a comparação do desempenho turístico de São Luís (MA), com o das cidades mais visitadas do país, primeiramente, os dados dos turistas estrangeiros, constantes nos relatórios da SUDENE, foram isolados dos dados dos turistas nacionais.

Foi então calculada a média anual de cada quesito avaliado, uma vez que os relatórios da SUDENE e GEPLAN/MA referentes a São Luís (MA) disponibilizavam dados das pesquisas de julho e novembro para 1996; de janeiro, maio, julho e novembro para 1997; de janeiro, maio, julho e novembro para 1998; de janeiro e julho para 1999; de julho e novembro para 2000; e de julho e novembro para 2001; enquanto as publicações da EMBRATUR, no mesmo período, traziam as informações sintetizadas ano a ano.

Depois, os turistas que avaliaram o pólo turístico de São Luís (MA) foram separados dos que não o avaliaram, recalculando-se os percentuais de ótimo, bom, regular, ruim e péssimo. Na sequência, os percentuais de “ruim” e de “péssimo”, constantes nas especificações dos relatórios da SUDENE e GEPLAN/MA, foram unificados, mantendo-se o primeiro nome. Por fim, a opção de “ótimo”, presente nos relatórios da SUDENE e GEPLAN/MA, foi considerada equivalente a de “excelente”, nos estudos da EMBRATUR.

Quanto à apresentação dos dados, foram utilizados quadros e gráficos, seguidos ou precedidos de comentários que, em última instância, ajudam a responder a questão de pesquisa que foi formulada.

Por fim, foram feitas a análise e a interpretação dos dados, visando conhecer os fatores que têm dificultado o desenvolvimento do turismo receptivo internacional no pólo turístico de São Luís (MA). Também foram levados em consideração os depoimentos constantes no relatório qualitativo da GEPLAN/MA no ano de 2001, bem como as informações prestadas pelos representantes da ABIH/MA e da Sub-Gerência de Turismo do Governo do Estado do Maranhão, durante as entrevistas com eles realizadas.

Vale observar que a presente dissertação encontra-se estruturada em quatro capítulos. O primeiro capítulo, como foi visto, traz a justificativa do trabalho, a formulação do problema de pesquisa, os objetivos a serem atingidos e a metodologia utilizada. O segundo capítulo retrata a história do turismo e faz uma abordagem teórica do assunto, com ênfase na demanda e na oferta turística. Mostra ainda, os aspectos do turismo no mundo e no Brasil. Para o capítulo três ficaram reservadas a apresentação e a análise do perfil do turista estrangeiro que visita o pólo turístico de São Luís (MA), das características da viagem e da avaliação da infra-estrutura, equipamentos, serviços e atrativos turísticos. No terceiro capítulo também é feita uma comparação entre a avaliação do pólo de São Luís (MA) e a avaliação dos principais destinos turísticos do país, segundo o turista internacional. O último capítulo relaciona as principais conclusões tiradas do estudo.

CAPÍTULO II – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. BREVE HISTÓRIA DO TURISMO

A história é instrutiva e de grande valor em um estudo de turismo. Sobre o assunto, LICKORISH e JENKINS (2000, p. 20) lembram que a história é importante “não apenas porque talvez haja lições para aprender, mas também porque as sementes do crescimento futuro são encontradas no passado”.

Segundo ACERENZA (2002, p. 30), a palavra turismo tem a sua origem no inglês, muito provavelmente surgida de um galicismo do francês *tour*, que quer dizer viagem circular. Já o pesquisador suíço HAULOT (apud BARRETO, 1995, p. 43) acredita que a origem da palavra turismo está no hebraico *tur* que aparece na Bíblia com o significado de viagem de reconhecimento.

Sendo assim, o fenômeno do turismo está diretamente relacionado com as viagens, as quais fazem parte, desde o início da civilização, da vida econômica, social e cultural do homem. O ser humano sempre viajou, seja definitivamente, nas migrações, ou temporariamente, quando retornava ao seu local de origem.

Contudo, “o turismo como entendemos hoje é gestado e expandido no contexto da sociedade industrial” (CAMARGO, 2001, p. 40). Na verdade, as modificações de natureza econômica e social proporcionadas pela revolução industrial conduziram também a alterações de mentalidade e de percepção da necessidade de tempos livres. Sair da rotina de trabalho passa a ser uma necessidade.

BAPTISTA (1990, p.12) aponta o século XIX como o período de nascimento do turismo moderno. Segundo o autor, a evolução do turismo internacional pode ser resumida em três fases:

- a) Primícias: Grécia, Roma, Jogos Olímpicos, Termas, Residências de Verão, Renascimento e Circuitos no Continente Europeu;
- b) Nascimento (século XIX): incidência dos meios de transporte, aumento dos rendimentos e modificação das mentalidades; e,
- c) Desenvolvimento (século XX): incidência da modificação da clientela, desaparecimento do turismo aristocrático, extensão das estações turísticas e reconhecimento do lazer.

BARRETO (1995, p. 51) tem o mesmo sentimento quando afirma que no século XIX, após o advento da revolução industrial, começaram as primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente de viagens e esse é o começo do turismo moderno. LAGE e MILONE (1996, p. 19) também contribuem dizendo que, na verdade, a história do turismo começou a partir da segunda metade do século XIX, quando foram organizadas as primeiras atividades de turismo por iniciativa de pessoas de destaque como Thomas Cook, Henry Wells, George Pullmann, Thomas Bennet, Louis Stangen e César Ritz.

Fica claro que o turismo, no seu formato atual, não foi um fato isolado. O turismo sempre esteve e está ligado ao modo de produção e ao desenvolvimento tecnológico. Por conta disto, foi no século XX, período de grandes mudanças e inovações, que a indústria do turismo se desenvolveu, emergindo como uma atividade importante e significativa na economia dos países.

RABAHY (1990, p. 14) enfatiza que no século XX sensíveis transformações afetaram e propiciaram o desenvolvimento do turismo. A modernização das leis trabalhistas, o reconhecimento do direito às férias remuneradas, o aumento e melhor distribuição de renda, uma maior interdependência nas economias dos países, a expansão do comércio internacional e a revolução nos transportes, além do crescimento da construção civil, provocaram efeitos diretos no turismo.

Um fato marcante na evolução do turismo foi a criação, em 1924, da União Internacional de Organizações Oficiais para a Propaganda Turística, que cinquenta anos mais tarde deu origem à Organização Mundial de Turismo – OMT, hoje, o órgão de maior importância no cenário turístico.

LAJE e MILONE (1996, p. 21) registram que o turismo no Brasil tem seu marco inicial em 1922, motivado pelas festas do Centenário da Independência, quando surgiram os primeiros hotéis no Rio de Janeiro e foi criada a Sociedade Brasileira de Turismo. Comungando com estes autores, CAMARGO (2001, p. 81) diz que não seria excessivo afirmar que o turismo se torna enfim um fenômeno no Brasil, apenas em meados dos anos 1930. Talvez a posição mais sensata seja a de ROLIM (1999, p. 240) quando, apontando os anos 60, enfatiza o surgimento tardio do turismo no Brasil.

A partir da segunda metade do século XX, verifica-se um processo de viagem em massa. Além dos aspectos já citados, os avanços dos sistemas de comunicação, em especial a televisão, reforçaram os fatores que favoreceram a expansão do turismo. O apelo comercial pelos destinos internacionais superou o interesse pelo produto interno e pela vontade de ficar em casa. Para atender a uma demanda crescente, os investimentos e as receitas ligados ao turismo se multiplicam, fazendo deste segmento um dos mais atraentes do mercado.

Os olhos das autoridades governamentais das várias nações passam a prestar mais atenção no turismo. E um dos motivos é que “a expansão do turismo internacional tem oferecido aos países em desenvolvimento uma alternativa à continuada dependência na exportação de produtos primários, e em relação aos países industrializados ou recentemente industrializados tem oferecido uma oportunidade de reestruturação dessas economias, que estão movendo-se, das indústrias pesadas tradicionais, para as indústrias de tecnologia de ponta e de serviços (incluindo-se aí os serviços turísticos)” (ROLIM, 1996, p.1 e 2).

Com certeza, o século XXI está desenhando outra página da história do turismo, com um grande tráfego mundial heterogêneo, taxas de crescimento e respostas às forças econômicas distintas, maior especialização das atividades, valorização da responsabilidade ambiental e social, turistas mais experientes e exigentes, novas preferências, novas necessidades e interesses de uma população que viaja cada vez mais, expectativa por mais qualidade e maior competição entre os destinos turísticos.

2.2.O TURISMO E O TURISTA

A conceituação de turismo tem gerado controvérsias, em razão das inúmeras e variadas interpretações que têm sido dadas ao fenômeno em questão. Diversos estudiosos de diferentes correntes de pensamento tentam explicar o turismo dentro dos princípios que defendem. O resultado é que muitos enfoques podem ser questionados por sua parcialidade ou por sua limitação de aplicação. A tentativa a seguir é a de relacionar algumas definições destacadas pelos estudiosos do assunto.

Uma primeira definição remonta a 1911, em que o economista austríaco SCHATTENHOFEN (apud BARRETO, 1995, p. 09) escrevia que “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município país ou estado”.

Em 1942 é dada uma definição que, na época, atinge uma aceitação generalizada, elaborada pelos professores suíços HUZINKER e KRAPF (apud ACERENZA, 2002, p. 32), que faz referência ao turismo como o “conjunto das relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora de seu lugar de domicílio, desde que esses deslocamentos e permanências não estejam motivados por uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporal”. Essa definição passa a ser aceita pela Associação Internacional de Especialistas Científicos (AIST).

A conotação de viagem é dada por BURKART e MEDLIK (1981, p. 37), que define turismo como “os deslocamentos curtos e temporais das pessoas para destinos fora do lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos”.

Destacando o caráter temporário, MATHIESON e WALL (apud LAGE e MILONE, 1996, p. 24 e 25) consideram o turismo como: “O movimento temporário de pessoas, por períodos inferiores a um ano, para locais de destinos externos aos seus lugares de trabalho e de moradia, as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino e as facilidades criadas para prover suas necessidades”.

Outra definição que deve ser citada é a de MCINTOSH (apud BENI, 1996, p. 36) em que o turismo envolve mais do que os componentes empresariais: “O turismo é a ciência, a arte e a atividade de atrair e de transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos”.

Há que destacar ainda a definição adotada pela Organização Mundial de Turismo (OMT) que formaliza os aspectos da atividade turística, interesse maior da presente dissertação.

Segundo a OMT (2001, p.38) “o turismo compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo e inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios ou outras”. A OMT (2001, p. 38) esclarece que o entorno habitual de uma pessoa consiste em certa área que circunda sua residência e mais todos aqueles lugares que visita freqüentemente.

Considerando o turismo internacional receptor ou emissor, a OMT (2001, p.40) faz uma distinção entre turista, residente e excursionista:

- a) Turista é todo visitante que viaja a um país distinto daquele em que tem sua residência habitual, que realize uma estada de pelo menos um pernoite e não superior a um ano, e cujo motivo principal da visita não seja exercer uma atividade que se remunere no país visitado;
- b) Residente em um país é uma pessoa que permaneceu neste durante, pelo menos, um ano ou doze meses consecutivos;
- c) Excursionista é todo visitante que viaja para um país diferente daquele no qual tem sua residência habitual, por um período inferior a 24 horas, sem incluir pernoite no país visitado e cujo motivo principal da visita não seja o de exercer atividade remunerada no país visitado.

Vale destacar que o excursionista, embora não seja o alvo do presente estudo, também tem grande importância para uma determinada economia, uma vez que o mesmo também consome os produtos turísticos existentes.

Das definições expostas anteriormente, alguns importantes aspectos do turismo se sobressaem, como por exemplo: existe o movimento físico do turista para fora do seu local de residência, há uma permanência em um determinado destino turístico durante certo período de tempo, compreende tanto a viagem até o destino como as atividades realizadas durante a estada e incluem tanto os produtos quanto os serviços criados para satisfazer as necessidades dos turistas.

Contudo, talvez o aspecto fundamental que se deve observar é a existência de uma rica e grandiosa indústria que se relaciona com a maioria dos setores da economia mundial. “O turismo moderno não precisa ter um conceito absoluto, mas importa no conhecimento do mecanismo dinâmico que integra” (LAGE e MILONE, 2000, p. 26).

Fica também a lição de MOLINA (1999, p. 11), quando enfatiza a dificuldade do turismo ser alcançado por uma definição: “O turismo, hoje em dia, alcançou conotações, significados e conseqüências de grande complexidade, que transcendem elementos quantitativos e incrementais. O turismo na atualidade é o resultado de processos sociais e culturais, não completamente quantificáveis, mas que são imprescindíveis para a sua compreensão e para implementação de ações que permitam obter os melhores rendimentos globais, financeiros e não financeiros”.

Inegavelmente, é muito difícil limitar o tema turismo em uma definição específica. O turismo é um assunto bastante complexo, envolvendo, inclusive, um conjunto de variáveis que traduzem desejos e necessidades do consumidor dos produtos e serviços turísticos. Sua segmentação não obedece a padrões sistemáticos, mas o seu desenvolvimento vem sendo determinado por forças de mercado, dentre elas a demanda e a oferta turística, mostradas a seguir.

2.3.DEMANDA TURÍSTICA

As definições de demanda turística, também chamada de procura turística, variam de acordo com as perspectivas do autor sobre o tema, podendo ser expressa de muitas formas. Por exemplo, é muito comum entre os economistas, considerar a demanda como sendo a quantidade de bens ou serviços que as pessoas queiram ou possam comprar por cada preço específico, em um conjunto de preços possíveis, durante um dado período de tempo. Já do ponto de vista da psicologia, diferentemente, a preocupação maior é com a motivação comportamental e com a satisfação de necessidades. Na verdade, todas as abordagens são uma medida útil para o melhor entendimento da demanda turística.

Para WAHAB (1991, p. 149) a demanda significa uma relação funcional que expressa a quantidade a ser comprada a diversos preços, num dado período e local. A demanda, sendo um conceito funcional, expressa a existência de uma lei de comportamento de diversas variáveis entre as quais figuram a natureza do produto, seu preço e a sua utilidade.

Já MONTEJANO (2001, p. 11) define a demanda turística como o conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de satisfazer as suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura.

De um modo geral, são reconhecidos dois tipos de demanda turística: potencial e real. Sobre o assunto, BAPTISTA (1990, p.68) defende a idéia de que a procura potencial é constituída pelo número de pessoas que preenchem as condições básicas para viajar e, portanto, estão em condições de o fazer. Por sua vez, a procura real representa os que efetivamente viajam para um determinado destino turístico.

O turista, em função da sua restrição orçamentária, procura empregar da melhor maneira possível seus recursos disponíveis, decidindo sobre a compra de bens e serviços que estão à sua disposição no mercado turístico e que possam maximizar a sua satisfação. Segundo LAGE e MILONE (2000, p. 27), os principais fatores determinantes da demanda turística são:

- a) Os preços dos produtos turísticos: os indivíduos estão dispostos a comprar mais quando o preço dos produtos turísticos abaixa e vice-versa, ou seja, passam a comprar menos quando o preço dos produtos aumenta;
- b) Os preços de outros produtos: se o preço de um produto particular for relativamente menor do que os preços de outros bens e serviços concorrentes, o consumidor tenderá a demandar uma quantidade maior daquele que tiver o preço mais baixo;
- c) Renda dos consumidores: os indivíduos estão dispostos a comprar mais quando sua renda aumenta e vice-versa, ou seja, comprar menos quando o poder aquisitivo expresso pela renda diminui;
- d) Gostos e preferências dos indivíduos: uma mudança nos gostos e preferências dos consumidores de bens e serviços afeta a procura dos mesmos;
- e) Propaganda: no sistema capitalista moderno, a propaganda desempenha um papel da maior influência no processo de desenvolvimento da economia, em especial na demanda. Como um instrumento de apelo às massas, interfere poderosamente na sociedade de consumo, revolucionando comportamentos, modificando costumes, criando hábitos e proporcionando diferentes alternativas para o consumo de bens e serviços diversos.

Um ponto fundamental para os planejadores do turismo, é a elasticidade. Em seu livro, WAHAB (1991, p. 153) diz que a elasticidade da demanda de turismo é o grau de sensibilidade às mudanças na estrutura de preço ou nas diversas condições econômicas do mercado.

Geralmente, a forma deste relacionamento entre preço e quantidade comprada é inversa. Para mercadorias que têm uma elasticidade preço maior que a unidade, diz-se que a demanda é elástica. Produtos e serviços com esta propriedade são normalmente vistos como itens supérfluos: férias no exterior ou jantar fora (COOPER et al., 2001, p.59).

“Locais turísticos relativamente recentes apresentam uma alta elasticidade que fica reduzida gradualmente na medida em que o local de turismo se torna tradicional, atraindo turistas que se acostumam a freqüentá-lo. Todavia esta elasticidade pode reaparecer caso os preços aumentem tanto que o local se situe fora do mercado... É evidente que a expansão dos conjuntos turísticos tende a reduzir a sensibilidade dos turistas às variações do preço” WAHAB (1991, p. 155).

Sobre os fatores determinantes da demanda turística, IGNARRA (1999, p. 42 e 43) acrescenta as variações climáticas, as catástrofes naturais e as catástrofes artificiais. É importante em uma estação de esqui que neve, assim como que faça sol na praia. Um maremoto, uma inundação e uma avalanche são elementos que podem afetar por muito tempo a demanda turística. Um ataque terrorista aos turistas pode proporcionar elevada redução nos fluxos turísticos.

A imagem de uma destinação turística, na maioria das vezes, não depende de um fato isolado, mas do cotidiano. A poluição, a falta de limpeza, os congestionamentos e principalmente a violência podem afugentar os turistas.

Hoje em dia, mais do que nunca, o turista desenvolveu um elevado senso de responsabilidade ambiental e social. É comum, por exemplo, que o mesmo rejeite destinações onde há notícias de crimes ecológicos ou exploração de trabalho infantil.

Outro aspecto relevante é a relação da demanda turística com a inflação. WAHAB (1990, p. 157 e 158) salienta que “o turismo influencia e é influenciado pela inflação do país”. Segundo ele, os serviços de turismo estão sujeitos a um aumento de preços maior do que os serviços normais, uma vez que não são estocáveis, e se caracterizam por grandes investimentos que não trazem rápidos retornos. Soma-se o fato de que as receitas da indústria de turismo dependem principalmente das estações, enquanto as despesas são distribuídas pelo ano inteiro. Se a demanda crescer, e a oferta tiver atingido a sua capacidade máxima não conseguindo satisfazer a demanda, a tendência é o aumento de preços.

Aqui cabe ressaltar a relação entre a taxa de câmbio e a demanda turística, dado que o turista, ao chegar no destino turístico, deve converter o seu dinheiro em moeda local, o que influencia, diretamente, na escolha do local a visitar.

Reconhecendo o impacto das variações da taxa de câmbio na demanda turística, WAHAB (1990, p. 162) tem a seguinte posição: “Em termos das despesas de turismo no local de destino, na medida em que as variações de câmbio não resultem em receitas mais elevadas, provavelmente ocorrerá uma substituição nas decisões de viagem”.

Conforme foi dito no início, também é importante compreender as motivações que levam as pessoas a viajar. A abordagem psicológica busca relacionar a demanda com as características comportamentais e com as relações sociais. As motivações de viagens e o comportamento da população em férias foram estudados cientificamente há mais de vinte anos na Alemanha.

KRIPPENDOORF (2001, p. 44 e 45) ampliou o estudo para outros países demonstrando que os hábitos do homem frente ao lazer móvel não diferem fundamentalmente de um país para outro.

O desenvolvimento desta pesquisa mostrou que os principais motivos que levam o homem a empreender uma viagem durante as férias são: “desligar e relaxar”, “fugir da vida diária, mudar de ambiente”, “recuperar as forças”, “estar em contato com a natureza”, “estar em contato com outras pessoas”, “comer bem”, “não fazer nada”, “ir de encontro ao sol, fugir do mau tempo”, “adquirir novas impressões”, “alargar os horizontes”, “cultivar a própria educação e saber” e “partir em busca de aventuras, assumir riscos”.

No Brasil, BACAL (apud BARBOSA e TEIXEIRA, 1999, p. 32) realizou pesquisa para identificar fatores que levam o homem a valorizar o seu tempo e seus conteúdos. Na questão sobre a finalidade da viagem, verifica-se que “conhecer novos lugares”, “divertir-se” e “saber viver” foram as respostas mais frequentes.

RABAHY (1990, p. 92) aponta que o processo de seleção da localidade a ser visitada envolve o prisma econômico, além dos aspectos de personalidade e de prestígio. “Sob o prisma econômico encontram-se basicamente as razões de gostos e o desejo de poupar tempo e energia; sob os aspectos da personalidade dos indivíduos destacam-se os desejos de aventura, novidade, variedade, inovação, modernidade, mudanças, liberdade e prazer, ou, alternativamente, de conservadorismo, segurança, tradição, calma, estabilidade e moderação; e sob o aspecto de prestígio são salientadas as atitudes de posse e diferenciação, de valorização da individualidade, de mistérios, privilégios e independência; são destacadas ainda as atitudes de demonstração de competência, de sucesso, ostentação, reputação, bom gosto etc. enfim, as atitudes que indicam prestígio”.

O estudo da demanda turística reflete a complexidade do turismo. Mas o seu conhecimento é indispensável, para que instituições públicas e privadas, objetivando dinamizar o turismo de uma determinada região, possam aplicar estratégias que permitam aproveitar as ondas de um mercado em ascensão.

2.4.OFERTA TURÍSTICA

Num pólo turístico, a oferta à disposição da demanda constitui algo mais que a simples soma dos produtos turísticos que contém, representa um todo integrado por esses produtos, os serviços precisamente turísticos e os não turísticos, além da imagem geral do destino. Também não é simples definir a oferta turística, mas existe uma clara tendência em dizer que ela representa a quantidade de bens e serviços que se deseja vender por um dado preço e em um determinado período de tempo.

WAHAB (1991, p. 131) diz que, de um modo geral, “a oferta turística engloba tudo o que o local de destino tem a oferecer a seus turistas atuais e potenciais. Portanto a oferta turística é representada pela gama de atrações naturais e artificiais, assim como bens e serviços, que provavelmente induzirão as pessoas a visitarem especificamente um país”.

Na mesma linha, para BENI (2002, p.159) “a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado”.

Assim como na demanda, a oferta turística possui fatores determinantes, dentre os quais, LAGE e MILONE (2000, p. 27 e 28) destacam:

- a) Preço do produto turístico: quanto maior for o preço de um bem ou serviço turístico, mais interesses terão as empresas em sua produção;
- b) Preços dos fatores de produção: a oferta depende dos custos dos fatores de produção. Se o preço de um desses fatores crescer, haverá aumento dos custos do produto turístico que dele se utilizar em largas quantidades;
- c) Tecnologia: também o avanço tecnológico pode vir a alterar a lucratividade do empreendimento, pois pode tornar a produção mais atrativa por preços menores;
- d) Governo: o setor público tem uma considerável importância na oferta de um produto, por meio da implementação de políticas econômicas que aumentem ou diminuam os preços dos serviços turísticos.

Após a verificação dos principais fatores determinantes da oferta turística, faz-se necessário o comentário sobre os elementos que a compõem: atrativos, equipamentos, serviços e infra-estrutura turística.

Segundo LAGE e MILONE (2000, p. 28), os atrativos turísticos são todos lugares, objetos ou acontecimentos de interesse turístico que motivam os deslocamentos de grupos humanos para conhecê-los: recursos naturais, patrimônio histórico-cultural, manifestações folclóricas, realizações científicas e outros acontecimentos programados. Já os equipamentos e serviços turísticos são as edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística: meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento ao turista.

Ainda segundo os autores (LAGE e MILONE, 2000, p. 29), a infra-estrutura é o conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística: comunicações, transportes, água, luz, esgoto, sinalização, limpeza urbana, dentre outras.

A impossibilidade de transportar a oferta turística no seu todo é uma característica que a torna diferente. “O turismo é consumido onde é produzido. Os visitantes devem estar presentes fisicamente na destinação para ter a experiência do turismo” (COOPER et al., 2001, p.137).

Outra singularidade da oferta turística é a sua utilização múltipla. “As amenidades da destinação servem aos residentes e aos trabalhadores durante o ano todo, mas em algumas épocas do ano, ou em todas, há usuários temporários, visitantes de um dia ou turistas...” (COOPER et al., 2001, p.138).

LEMOS (2001, p. 127) discute ainda a sazonalidade, apontando que “um dos grandes problemas do turismo é o seu vínculo com as estações climáticas do ano. Portanto a possibilidade de oferta está restrita a temporadas, o que faz gerar ciclos em que se alternam altas e baixas produções”.

Vale enfatizar que é somente através do perfeito conhecimento dos componentes da oferta turística de uma determinada região, que se consegue proporcionar o aproveitamento integral dos recursos efetivamente existentes, como também dos potencialmente exploráveis. RUSCHMANN (1997, p. 143) propõe a avaliação dos atrativos sobre bases objetivas e comparáveis entre si, estabelecendo uma hierarquização em quatro níveis:

- a) Hierarquia 3: atração excepcional, altamente significativa para o mercado turístico, sendo capaz, por si só, de motivar uma importante corrente de turistas nacionais ou estrangeiros;

- b) Hierarquia 2: atração com aspectos excepcionais, sendo capaz de motivar uma corrente de turistas, por si só ou em conjunto com outras atrações;
- c) Hierarquia 1: atração com alguns aspectos chamativos, sendo capaz de interessar aos turistas que vieram de longe para a região por outras motivações turísticas ou de motivar correntes turísticas locais; e,
- d) Hierarquia 0: atração sem méritos suficientes para ser incluída nas hierarquias anteriores, fazendo parte do patrimônio turístico como elemento complementar.

Com certeza, é imprescindível a identificação do potencial turístico da região, a hierarquização dos atrativos, a criação de roteiros turísticos diferenciados e a verificação da capacidade de carga que suportam. Também são indispensáveis o planejamento e o gerenciamento dos elementos que compõem a oferta turística, que passa pela melhor capacitação de recursos humanos, serviços com maior qualidade, preservação ambiental e utilização de tecnologia de ponta, a fim de atender um novo turista, que é mais exigente, mais experiente e com elevada capacidade de discernimento.

2.5. ASPECTOS DO TURISMO NO MUNDO E NO BRASIL

2.5.1 O turismo mundial

O turismo é uma atividade multifacetada, em razão da grande quantidade de elementos que o cerca e dos diferentes setores econômicos do seu desenvolvimento, sendo considerado como uma exportação de um país a outro, no qual gera receitas, favorece a criação de empregos, leva à entrada de divisas e aumenta a geração de impostos públicos, aquecendo a economia como um todo.

RABAHY (1990, p. 54) ensina que os efeitos do turismo extrapolam o balanço de pagamentos, influenciando na produção e no emprego. ROLIM (1999, p. 234) comunga com esta idéia e lembra que a importância do turismo para o desenvolvimento econômico pode ser medida de diversas formas e as mais importantes são a contribuição para o equilíbrio do balanço de pagamentos, a geração de empregos e o aumento das receitas do governo.

O turismo foi uma conquista deste século, sendo que sua evolução registrou um crescimento quase ininterrupto ao longo dos anos, com picos nos períodos de crescimento econômico e com taxas moderadas em épocas de recessão. Segundo dados da OMT (2001), ao observar a evolução do turismo mundial, verifica-se que em 1950 o número de turistas internacionais somava 25 milhões. Entre 1960 e 1970, este montante passou de 69 milhões para 166 milhões de turistas. Em 1980, o turismo mundial chegou a 288 milhões de turistas e atingiu um grau de maturidade, passando a crescer a taxas menores, até alcançar 456 milhões de turistas em 1990. Por fim, no ano 2000 os números apontam para um movimento de 698 milhões de deslocamentos mundiais originados pela atividade turística.

O maior aumento percentual foi verificado no período entre 1950 e 1960, quando a taxa de crescimento médio foi de 10,7% ao ano. Já no período entre 1990 e 2000, a taxa média de crescimento anual caiu para 4,3% ao ano. Considerando todo o período, o turismo mundial experimentou um crescimento médio de 6,9% ao ano.

Do mesmo modo, segundo a OMT (2001), as receitas proporcionadas com o turismo internacional passaram de 2,1 para 477,9 bilhões de dólares entre 1950 e 2000, com uma taxa média de crescimento de 11,5% ao ano. Entre 1970 e 1980, a receita turística internacional cresceu de 17,9 para 105,3 bilhões de dólares, quando alcançou a maior taxa média de variação anual que foi de 19,4%.

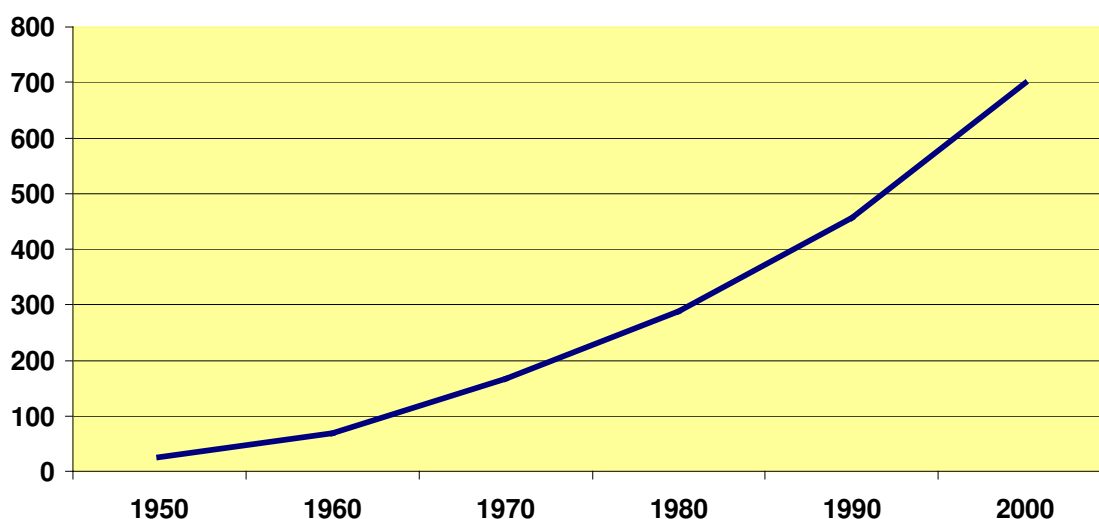
Os anos compreendidos entre 1980 e 2000 foram marcados por inúmeras crises econômicas e a maioria dos países teve que conviver com o fantasma da recessão, mesmo assim, a taxa média de crescimento da receita turística no período foi de 7,9%, demonstrando que, mesmo com expectativas pouco otimistas sobre a economia mundial, o turismo continua crescendo a taxas notáveis. O quadro 01 mostra as chegadas de turistas internacionais no mundo, os quais também são ilustrados no gráfico 01.

Quadro 01
Chegadas de turistas internacionais no mundo e receitas geradas (1950/2000)

Ano	Turistas internacionais (milhões)	Receita (US\$bilhões)
1950	25	2,1
1960	69	7,0
1970	166	17,9
1980	288	105,3
1990	456	268,9
2000	698	477,9

Fonte: OMT (2001).

Gráfico 01
Chegada de turistas internacionais no mundo (milhões)
1950/2000



Fonte: OMT (2001)

No que diz respeito ao produto interno bruto e à geração de empregos, segundo o WTTC (1996), o turismo representou 10,7% do PIB mundial e empregou 255 milhões de pessoas, ou seja, 10,7% da força mundial de trabalho, ratificando a importância econômica e social desta atividade. Contudo, essa importância é diferente em cada país, pois o grau de desenvolvimento do turismo não refletiu o mesmo ritmo de crescimento em todos eles.

Quadro 02
Chegada de turistas internacionais por região no período 1995/2000 (milhões)

Regiões	Chegada de turistas internacionais (milhões)					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
África	20,3	21,8	23,2	25,0	26,5	27,8
Américas	110,5	116,9	118,5	119,5	122,2	128,9
Europa	335,6	350,3	361,5	373,7	380,2	402,7
Ásia Oriental/Pacífico	81,4	89,0	88,0	87,9	97,4	111,7
Oriente Médio	13,5	14,1	14,8	15,3	18,1	20,3
Ásia Meridional	4,2	4,4	4,8	5,2	5,8	6,4
Total	565,5	596,5	610,8	626,6	650,2	697,8

Fonte: OMT (2001).

Quadro 03
Receita gerada com o turismo internacional por região no período 1995/2000 (US\$ bilhões)

Regiões	Receita gerada com o turismo internacional (US\$ bilhões)					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
África	7,4	8,7	9,0	9,9	10,3	11,2
Américas	102,7	112,5	118,8	117,2	122,4	137,4
Europa	209,5	220,0	218,2	231,7	232,8	231,1
Ásia Oriental/Pacífico	74,5	82,3	76,6	70,7	75,2	82,6
Oriente Médio	7,5	8,2	9,1	8,7	9,7	10,5
Ásia Meridional	3,5	3,9	4,3	4,3	4,6	5,1
Total	405,1	435,6	436,0	442,5	455,0	477,9

Fonte: OMT (2001).

O quadro 02 mostra a chegada de turistas internacionais entre 1995 e 2000, segundo as regiões classificadas pela OMT. Considerando o mesmo período, o quadro 03 traz a receita gerada com o turismo internacional, também segundo regiões definidas pela OMT.

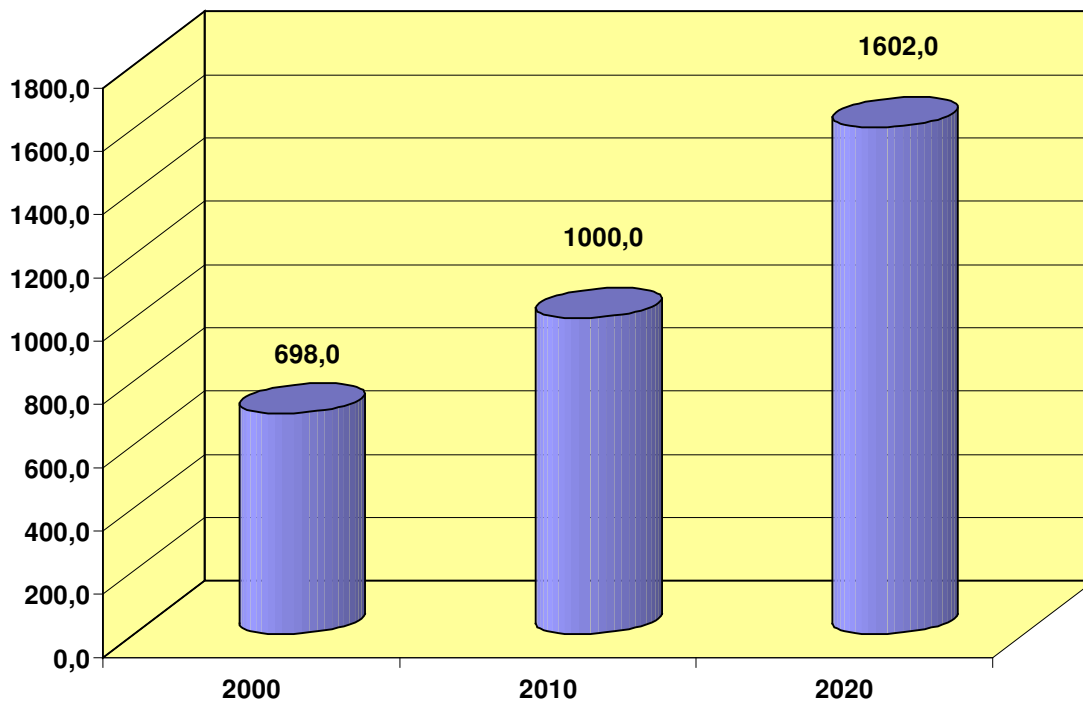
Observa-se que a Europa lidera o turismo nas regiões respondendo por aproximadamente 59% das entradas de turistas e 51% da receita gerada, considerando o período entre 1995 e 2000. Considerando o mesmo período, as Américas aparecem em segundo do ranking, com o equivalente a 19% das entradas de turistas e com 27% da receita gerada.

Quanto aos países mais visitados, considerando o número de turistas, a liderança é da França. Contudo, no que se refere à geração de receitas, o primeiro lugar é ocupado pelos Estados Unidos.

As previsões da OMT (2001) indicam que o turismo continuará crescendo nos próximos anos, estimando 1,0 bilhão de turistas para 2.010 e 1,6 bilhões para 2020. Quanto às receitas geradas pelo turismo mundial, a previsão é de 1,5 trilhão de dólares em 2.010 e 2,0 trilhões de dólares em 2.020. Já as previsões do WTTC (1996) para 2006 apontam que o turismo empregará 385 milhões de pessoas e responderá por 11,5% do produto interno bruto mundial. O gráfico 02 ilustra as previsões para o ingresso de turistas internacionais no mundo, considerando como horizonte o ano de 2020.

A OMT (2001) lembra a existência de destinos emergentes, com grande potencial turístico, e que deverão obter uma maior cota de mercado no futuro. De acordo com o horizonte projetado e considerando a chegada de turistas internacionais, os cinco principais destinos do mundo em 2.020 são China, Estados Unidos, França, Espanha e Hong-Kong, respectivamente.

Gráfico 02
Previsões para o ingresso de turistas internacionais no mundo (milhões)



Fonte: OMT (2001)

2.5.2. O turismo receptivo no Brasil

“O turismo receptivo, como fenômeno de massas, vem se desenvolver no Brasil bem mais tarde que nos países da Europa e América do Norte” (ROLIM, 1998, p. 230), muito provavelmente pela falta de interesse do governo brasileiro pelo setor. A tardia preocupação com o turismo no Brasil reflete, dentre outras coisas, uma tendência emergencial de resgatar desigualdades sociais impostas à população brasileira ao longo dos anos, tentando dar rumo à economia de algumas regiões, historicamente esquecidas pelas autoridades governamentais.

Quanto menos desenvolvido é o país, maior a necessidade de intervenção governamental sobre suas atividades de turismo. O turismo requer a ação do governo em diversos aspectos, como é o caso da legislação, da política de preços, da infra-estrutura, da preservação do meio ambiente e do patrimônio histórico, divulgação dos atrativos turísticos do país, além de criar mecanismos favoráveis para investimentos turísticos (LAGE e MILONE, 1996, p. 112).

ROLIM (1999, p. 223) relata que “a primeira e significativa intervenção do governo federal no setor de turismo foi a criação da EMBRATUR, em 1966, quando reconhecia finalmente, senão a importância, pelo menos a existência do setor, e esta agência seria a responsável pelo seu fomento”.

Contudo, ROLIM (1999, p. 230) mostra que, mesmo com a EMBRATUR, o turismo não constava das preocupações dos planejadores no Brasil, pois medidas para incentivar o surgimento de pólos turísticos estavam ausentes dos planos nacionais de desenvolvimento da época. Mesmo assim alguns fatos isolados podem ser destacados, como é o caso da criação, na década de 70, do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR), para atender os pequenos, médios e grandes investidores.

Já na década de 90, ocorre uma significativa mudança com o surgimento do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), cujo objetivo é fortalecer o turismo no Nordeste e consolidar a região como importante destinação turística nacional e internacional.

Mesmo sem fazer parte da lista de prioridades do governo federal, “em função do dinamismo apresentado pelo setor, o Brasil vai ascendendo na escala do mercado turístico” (RABAHY, 1990, p. 40). Considerando o fluxo turístico internacional, o Brasil passa de 249.900 turistas em 1970 a 1.934.091 em 1986.

Os números de 1986 levarão quase dez anos para serem ultrapassados e, somente em 1995, o Brasil supera a casa dos dois milhões, sendo registrado 2.034.271 turistas. Coincidência ou não, 1995 foi o ano em que o governo brasileiro, dando sinais de ter, finalmente, se conscientizado da importância do turismo, desenvolve, através da EMBRATUR, o documento “Turismo: planejamento estratégico de governo”, base da formulação da Política Nacional de Turismo para o período 1996/1999.

Tudo indica que a formulação da Política Nacional de Turismo foi um dos pontos de maior notoriedade do planejamento do turismo brasileiro, contemplando as principais diretrizes, estratégias e programas para o setor, no sentido de tornar o produto turístico nacional competitivo mundialmente.

Dentre os programas desta política, pode-se destacar os seguintes: criação de uma imagem positiva do Brasil no exterior, participação em feiras internacionais, captação de eventos internacionais, sistema de informações turísticas, ampliação e aperfeiçoamento do programa de estatísticas básicas do turismo, defesa do consumidor, qualificação profissional para o turismo, conscientização e iniciação escolar para o turismo, desenvolvimento integrado do turismo, ecoturismo, bolsa de negócios, financiamento do turismo e municipalização do turismo.

Em que pese a participação do turismo do Brasil no mundo ainda ser muito pequena, se comparado com os países que lideram o ranking mundial, como é o caso da França, Estados Unidos, Espanha e Itália, após a implantação da Política Nacional de Turismo, verifica-se uma maior organização no setor, com reflexos positivos no fluxo de turistas, nas receitas geradas, no balanço de pagamentos e na geração de empregos.

O quadro 04 traz a chegada de turistas no Mundo, na América do Sul e no Brasil, com o respectivo incremento percentual, no período de 1995 a 2001.

Quadro 04
Chegada de turistas no Mundo, América do Sul e Brasil no período 1995/2000

Ano	Chegada de turistas (em milhões)					
	No Mundo	Incremento (%)	Na América do Sul	Incremento (%)	No Brasil	Incremento (%)
1995	565,5	-	11,8	-	2,0	-
1996	596,5	5,48	12,9	9,32	2,7	33,85
1997	610,5	2,35	13,5	4,65	2,8	6,81
1998	626,7	2,65	15,5	14,81	4,8	69,07
1999	650,2	3,75	15,1	-2,58	5,1	5,99
2000	697,8	7,32	15,5	3,31	5,3	4,03

Fonte: OMT (2001)

O quadro 05 apresenta a relação de chegadas de turistas entre Brasil e América do Sul, Brasil e Mundo, e América do Sul e Mundo, no período de 1995 a 2000. Verifica-se que a relação entre a chegada de turistas no Brasil e a chegada de turistas na América do Sul e no Mundo, mais que dobrou no período de 1995 a 2000, aumentando de 16,95% para 34,19% e de 0,35% para 0,76%, respectivamente. É interessante observar, que no mesmo período, a relação entre a chegada de turistas na América do Sul e a no Mundo, praticamente não se alterou, saindo de 2,09% em 1995 para 2,22% em 2000.

Quadro 05
Participação das chegadas de turistas Brasil na América do Sul, Brasil no Mundo e América do Sul no Mundo no período 1995/2000

Ano	Brasil na América do Sul (%)	Brasil no Mundo (%)	América do Sul no Mundo (%)
1995	16,95	0,35	2,09
1996	20,93	0,46	2,17
1997	20,74	0,47	2,21
1998	30,97	0,77	2,47
1999	33,77	0,78	2,32
2000	34,19	0,76	2,22

Fonte: OMT (2001) e EMBRATUR (2001)

O quadro 06 mostra a receita cambial gerada pelo turismo no Mundo, na América do Sul e no Brasil, com o respectivo incremento percentual, no período de 1995 a 2001.

Quadro 06
Receita Cambial gerada pelo turismo no Mundo, na América do Sul e no Brasil no período 1995/2000

Ano	Receita (em US\$ bilhões)					
	No Mundo	Incremento (%)	Na América do Sul	Incremento (%)	No Brasil	Incremento (%)
1995	405,1	-	9,3	-	2,1	-
1996	435,6	7,53	10,7	27,38	2,5	17,74
1997	436,0	0,09	11,4	6,54	2,6	5,10
1998	442,5	1,49	11,8	3,51	3,7	41,73
1999	455,0	2,82	11,6	-1,69	4,0	8,59
2000	477,9	5,03	12,2	5,17	4,2	5,86

Fonte: OMT (2001) e EMBRATUR (2001)

O quadro 07 apresenta a relação da receita cambial gerada pelo turismo entre Brasil e América do Sul, Brasil e Mundo, e América do Sul e Mundo, no período de 1995 a 2000. Verifica-se que esta receita no Brasil em relação à da América do Sul e a do Mundo, no período de 1995 a 2000, aumentou de 22,58% para 34,43% e de 0,52% para 0,88%, respectivamente. Semelhante ao fluxo de turistas, considerando o mesmo período, a razão entre a receita cambial gerada pelo turismo na América do Sul e a no Mundo, praticamente não se alterou, saindo de 2,30% em 1995 para 2,55% em 2000.

Contudo, mesmo com a substancial melhora no fluxo de turistas e na receita gerada, o saldo da conta turismo do Brasil no balanço de pagamentos tem sido, na maioria dos anos, negativa.

Considerando o período de 1995 a 2000, somente nos últimos dois anos o saldo foi positivo, sendo de US\$ 909 milhões em 1999 e de US\$ 335 milhões em 2000.

Quadro 07
Participação da receita cambial do Brasil na da América do Sul, do Brasil na do Mundo e da América do Sul na do Mundo no período 1995/2000

Ano	Brasil na América do Sul (%)	Brasil no Mundo (%)	América do Sul no Mundo (%)
1995	22,58	0,52	2,30
1996	23,36	0,57	2,46
1997	22,81	0,60	2,61
1998	31,36	0,84	2,67
1999	34,48	0,88	2,55
2000	34,43	0,88	2,55

Fonte: OMT (2001) e EMBRATUR (2001)

O quadro 08 apresenta o balanço de pagamentos da conta turismo no Brasil no período de 1995 a 2000.

Quadro 08
Balanço de Pagamentos – Conta Turismo do Brasil – 1995/2000
(US\$ 1.000,00)

Ano	Receita	Despesa	Saldo
1995	2.097.100	3.411.900	(1.314.800)
1996	2.469.146	4.438.000	(1.968.854)
1997	2.594.884	5.446.000	(2.851.116)
1998	3.678.029	5.732.000	(2.053.971)
1999	3.994.144	3.085.000	909.144
2000	4.227.606	3.893.000	334.606

Fonte: BACEN/EMBRATUR (2001)

Muitos economistas assinalam a geração de emprego como o mais importante efeito do turismo sobre a economia. O quadro 08 mostra a evolução do número de estabelecimentos e de empregados em atividades turísticas no Brasil no período de 1995 a 2000. Verifica-se que no referido período ocorreu um aumento de 36,25% no número de empregados em atividades turísticas no Brasil.

Quadro 09
População economicamente ativa e empregos gerados em atividades turísticas
1994/1998

Ano	População Economicamente Ativa (PEA)	Empregos gerados (diretos e indiretos)
1994	70.965	5.084
1995	74.138	5.800
1996	73.120	5.720
1997	75.213	5.883
1998	76.228	5.962

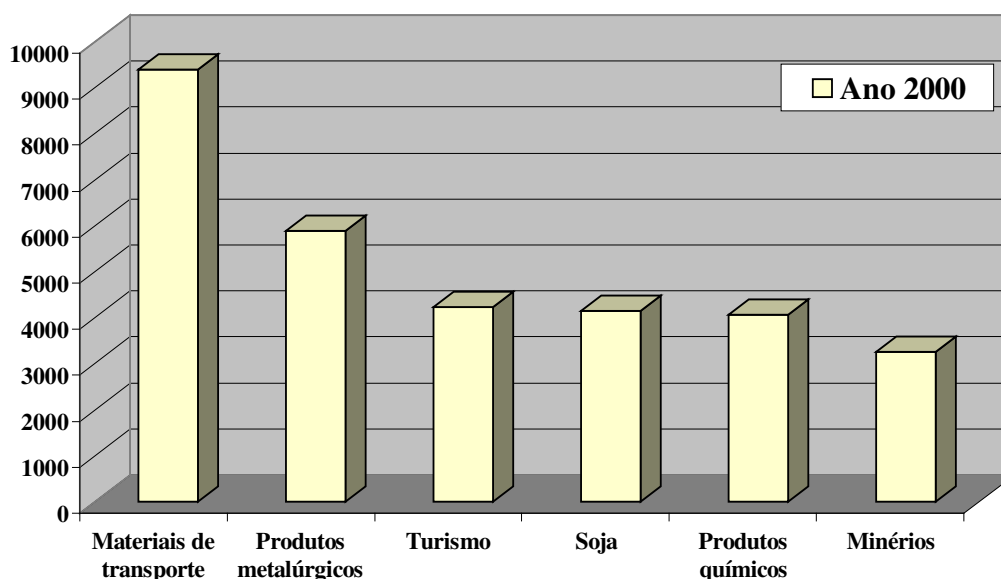
Fonte: IBGE/EMBRATUR (1999)

No ano de 1998, de acordo com o quadro 09, a relação entre o número de empregos gerados em atividades turísticas e a população economicamente ativa no Brasil, corresponde a 7,82% que, embora seja um percentual bastante significativo, ainda se encontra abaixo da média mundial que gira em torno de 10,70% (WTTC, 1996).

O turismo receptivo brasileiro, mesmo tendo sido, por muito tempo, esquecido totalmente ou relegado a um segundo plano, conseguiu dar importantes saltos na segunda metade da década de 90 e despontou como um dos principais produtos de exportação do país, passando a ocupar a terceira posição em 2000. O gráfico 03 ilustra os principais produtos de exportação do Brasil no ano 2000.

Em fim, deve-se ressaltar que o diferencial do turismo receptivo brasileiro na última década foi a emergência de um novo pólo de turismo na região Nordeste. ROLIM (1999, p. 228 e 229) defende esta tese e diz que “o grande fato no desenvolvimento do turismo brasileiro foi o surgimento do Nordeste como pólo novo e distinto no cenário nacional”. O Nordeste brasileiro passou a despontar nas estatísticas do país, com serviços, atrativos e produtos característicos, destacando-se as cidades de Salvador (BA), Recife (PE) e Fortaleza (CE).

Gráfico 03
Principais produtos de exportação do Brasil (US\$ 1.000,00)



Fonte: SECEX/MDIC/EMBRATUR (2001)

O quadro 10 traz as oito cidades brasileiras mais visitadas pelos turistas estrangeiros no ano de 2001, com a respectiva evolução percentual de cada uma.

Quadro 10
Cidades mais visitadas no período 1996/2001

Cidades	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Rio de Janeiro (RJ)	30,5%	37,4%	30,2%	32,5%	34,1%	28,8%
São Paulo (SP)	22,4%	23,5%	18,4%	13,7%	19,7%	17,0%
Florianópolis (SC)	17,0%	13,9%	14,0%	17,7%	18,7%	15,8%
Foz do Iguaçu (PR)	16,6%	11,8%	8,9%	11,8%	12,9%	11,5%
Salvador (BA)	7,7%	12,2%	10,9%	12,7%	13,5%	11,1%
Recife (PE)	4,7%	5,7%	7,2%	6,4%	5,8%	7,3%
Porto Alegre (RS)	10,1%	7,9%	7,9%	6,0%	5,9%	7,1%
Fortaleza (CE)	3,2%	3,4%	4,6%	4,7%	5,4%	5,6%

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

A EMBRATUR, desde 1983, buscou estudar a demanda turística internacional, adotando, ao longo dos anos, basicamente os mesmos procedimentos metodológicos, com pequenas alterações em algumas variáveis. Tais estudos procuram evidenciar o perfil do turista, as características da viagem e a avaliação da infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos, cujos principais resultados da média Brasil, no período de 1996 a 2001, serão discriminados na sequência do presente trabalho.

Primeiramente, quanto ao **perfil do turista**, verifica-se que:

- a) Idade: a maioria dos turistas, que visitou o Brasil em 2000 e 2001, situa-se numa faixa etária entre 28 e 45 anos, conforme dados do quadro 11.

Quadro 11
Idade dos turistas estrangeiros no período 2000/2001*

Idade	2000	2001
De 18 a 27 anos	12,2%	15,7%%
De 28 a 45 anos	41,6%	47,5%
De 46 a 65 anos	38,2%	33,0%
66 anos e mais	8,0%	3,8%

Fonte: EMBRATUR (2000 e 2001).

() Dados disponíveis somente para 2000 e 2001.*

- b) Grau de instrução: a reposta mais freqüente nos anos de 2000 e 2001 foi o nível superior como grau de instrução, de acordo com os dados do quadro 12.

Quadro 12
Grau de instrução dos turistas estrangeiros no período 2000/2001*

Grau de instrução	2000	2001
Fundamental	3,29%	4,71%
Médio	21,75%	29,11%
Superior	53,26%	66,18%
Mestrado	13,84%	-
Doutorado	7,86%	-

Fonte: EMBRATUR (2000 e 2001).

() Dados disponíveis somente para 2000 e 2001.*

- c) Profissão: destaca-se como ocupações mais frequentes a dos comerciantes, engenheiros, estudantes, professores e médicos, segundo os dados do quadro 13.

Quadro 13
Profissão dos turistas estrangeiros no período 1996/2001

Profissão	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Comerciante	11,9%	9,9%	10,0%	11,5%	9,7%	10,4%
Engenheiro	9,6%	10,9%	10,3%	9,1%	11,6%	10,2%
Estudante	3,0%	5,4%	3,1%	5,6%	5,8%	6,1%
Professor	8,4%	4,3%	7,1%	6,0%	5,4%	5,6%
Empresário	3,8%	2,8%	2,9%	5,3%	6,2%	4,7%
Médico	3,7%	4,2%	3,7%	3,9%	4,9%	3,8%
Administrador	2,9%	4,3%	4,6%	3,4%	4,4%	3,3%
Aposentado	4,2%	3,3%	3,2%	3,8%	7,7%	-
Outros	52,5%	54,9%	55,1%	51,4%	44,3%	55,9%

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- d) Renda média per capita/ano: no período compreendido entre 1996 e 2001, a renda média per capita/ano dos turistas estrangeiros que demandaram o Brasil refletiu um decréscimo de 16,25%, atingindo 34.726,74 dólares no último da série, conforme os dados discriminados no quadro 14.

Quadro 14
Renda média anual individual dos turistas estrangeiros
Período 1996/2001 (US\$ 1,00)

Ano	Renda média anual individual (US\$ 1,00)
1996	41.462,85
1997	45.704,78
1998	38.440,07
1999	37.505,85
2000	33.736,10
2001	34.726,74

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- e) Principais países emissores de turistas para o Brasil: Argentina, Estados Unidos, Paraguai, Uruguai, Alemanha e Itália são os principais países emissores de turistas para o Brasil, conforme dados do quadro 15.

Quadro 15
Principais países emissores de turistas para o Brasil 1995/2000

País	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Argentina	657.943	858.189	938.973	1.467.926	1.548.570	1.744.004
Estados Unidos	224.577	356.000	402.200	524.093	559.366	648.026
Paraguai	90.716	118.563	146.581	451.693	501.425	371.873
Uruguai	200.423	209.333	206.468	359.188	383.750	403.896
Alemanha	102.106	141.562	140.578	262.739	282.846	290.335
Itália	84.001	109.834	123.115	169.567	177.589	202.903

Fonte: EMBRATUR (1995 a 2000)

Quanto às **características da viagem**, são observados os seguintes aspectos:

- a) Motivo da viagem: ao longo dos anos o turismo aparece como o principal motivo de viagem, o que é confirmado nos anos de 2000 e 2001, de acordo com o quadro 16.

Quadro 16
Motivo da viagem dos turistas estrangeiros no período 2000/2001*

Motivo da viagem	2000	2001
Turismo	57,0%	55,5%
Negócios	23,4%	24,3%
Visitar familiares	10,9%	10,6%
Congresso/convenção	4,5%	5,9%
Estudo/ensino e pesquisa	1,5%	1,1%
Tratamento de saúde	1,5%	0,1%
Religião/peregrinação	0,2%	0,1%
Outros	1,0%	2,2%

Fonte: EMBRATUR (2000 e 2001).

() Com a presente discriminação, os dados estão disponíveis somente em 2000 e 2001.*

- b) Fator decisório da visita: nos vários anos pesquisados, os atrativos turísticos são o principal motivador da visita, ratificados pelas estatísticas de 2000 e 2001, conforme os dados do quadro 17.

Quadro 17
Fator decisório da visita dos turistas estrangeiros no período 2000/2001*

Fator decisório da visita	2000	2001
Atrativos turísticos	72,1%	76,7%
Ecoturismo	14,0%	13,2%
Custo da viagem	4,8%	2,2%
Curiosidade/interesse pelo país	3,1%	-
Outros	6,0%	7,9%

Fonte: EMBRATUR (2000 e 2001).

() Com a presente discriminação, os dados estão disponíveis somente para 2000 e 2001.*

- c) Meio de comunicação que influenciou a decisão da visita: o item informação de amigos aparece como a opção mais selecionada, segundo os dados do quadro 18.

Quadro 18
Meio de comunicação que influenciou a decisão de visita dos turistas estrangeiros
Período 1998/2001*

Meio de comunicação	1998	1999	2000	2001
Informação de amigos	41,4%	45,0%	44,1%	47,4%
Televisão	29,2%	10,5%	13,6%	8,2%
Folders/guias impressos	8,1%	6,1%	16,9%	6,2%
Revista	7,3%	5,5%	5,1%	4,6%
Internet	2,0%	3,2%	6,8%	3,1%
Jornal	4,6%	2,7%	3,3%	2,6%
Outros meios de comunicação	19,6%	14,6%	10,2%	27,9%

Fonte: EMBRATUR (1998 a 2001).

() Com a presente discriminação, os dados estão disponíveis somente de 1998 a 2001.*

- d) Hábito de viajar: a reposta mais freqüente nos anos de 2000 e 2001 foi viajar com a família, segundo os dados do quadro 19.

Quadro 19
Hábito de viajar dos turistas estrangeiros no período 2000/2001*

Hábito de viajar	2000	2001
Com a família	44,44%	41,89%
Sozinho	34,22%	27,14%
Com amigos	17,26%	24,78%
Em excursão	4,08%	6,19%

Fonte: EMBRATUR (2000 e 2001).

() Dados disponíveis somente para 2000 e 2001.*

- e) Forma de organização da viagem: predominantemente, o turista que visita o Brasil, não recorre a agências de viagens, conforme dados do quadro 20.

Quadro 20
Forma de organização da viagem no período 1996/2001

Organização	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Com agência	63,8%	67,4%	72,0%	81,9%	64,8%	78,3%
Sem agência	36,2%	32,6%	28,0%	18,1%	35,2%	21,7%

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- f) Tipo de alojamento utilizado: os alojamentos do tipo hotel, pousada e pensão continuam sendo os mais utilizados, contudo, o período 1996/2001 mostrou uma redução superior a quinze pontos percentuais, refletindo um percentual de 69,8% em 2001. Por outro lado, a opção casa de amigos/parentes subiu cerca de nove pontos percentuais, passando a 19,8% em 2001, conforme dados apresentados no quadro 21.

Quadro 21
Tipo de alojamento utilizado pelos turistas estrangeiros no período 1996/2001

Alojamento	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Hotel	85,0%	84,9%	80,0%	73,5%	72,8%	69,8%
Casa de amigos/parentes	11,3%	11,8%	16,0%	17,5%	16,9%	19,8%
Apartamento/casa aluguel	2,3%	2,0%	3,4%	7,4%	3,2%	6,6%
Outros	2,3%	1,3%	0,6%	1,6%	7,1%	3,8%

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- g) Permanência média: no período 1996/2001, a permanência média dos turistas em viagem ao Brasil tem oscilado de 12 a 14 dias, segundo os dados do quadro 22.

Quadro 22
Permanência média do turista estrangeiro no período 1996/2001 (dias)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Permanência média (dias)	13,2	12,9	13,0	14,0	12,1	12,2

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- h) Gasto médio per capita/dia: considerando o período entre 1996 e 2001, o gasto médio per capita dia cresceu cerca de 15,4%, chegando a 81,21 dólares no último ano da série, conforme dados do quadro 23.

Quadro 23
Gasto médio per capita dia do turista estrangeiro no período 1996/2001 (dias)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Gasto médio per capita dia (US\$ 1,00)	70,39	72,8	67,52	79,08	84,38	81,21

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

- i) Intenção de voltar ao Brasil: conforme dados do quadro 24, este item cresceu em torno de oito pontos percentuais no período 1996/2001, atingindo 97,1% em 2001.

Quadro 24
Intenção de voltar ao Brasil no período 1996/2001

Intenção de voltar ao Brasil	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Voltar	89,3	89,0	88,0	91,9	96,4	97,1
Não voltar	3,1	2,7	2,2	2,1	3,6	2,9
Indecisos	7,6	8,3	9,8	6,0	-	-

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

Por último, quanto à **avaliação da infra-estrutura, dos equipamentos e serviços turísticos**, considerando o período entre 1996 e 2001, constata-se uma gradativa redução do nível de insatisfação do turista estrangeiro, conforme dados do quadro 25.

Quadro 25
Itens que os turistas estrangeiros mais acharam ruins no período 1996/2001

Itens que os turistas estrangeiros consideraram como ruins	Ano					
	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sinalização turística	19,4%	21,7%	12,3%	19,2%	11,1%	15,8%
Limpeza pública	19,1%	19,2%	14,4%	14,6%	9,5%	12,1%
Segurança pública	13,1%	13,1%	9,8%	10,8%	9,3%	9,1%
Transporte urbano	12,0%	13,5%	5,6%	9,0%	10,2%	7,7%
Comunicações	11,5%	17,3%	9,5%	14,2%	8,7%	10,6%
Informações turísticas ⁽¹⁾	10,3%	13,3%	5,9%	12,3%	7,6%	5,3%
Guias de turismo ⁽²⁾	9,9%	10,4%	3,1%	8,7%	6,1%	2,8%
Táxis	11,3%	11,8%	6,4%	7,9%	4,8%	5,8%
Aeroportos	5,2%	4,6%	5,4%	7,6%	6,5%	0,0%
Comércio	4,4%	4,4%	3,5%	3,9%	3,1%	0,0%
Diversões noturnas	4,2%	3,9%	3,0%	4,3%	3,7%	3,2%
Hotelaria ⁽³⁾	3,7%	3,3%	1,9%	1,6%	1,5%	1,7%
Restaurantes ⁽⁴⁾	1,9%	1,6%	2,3%	2,2%	1,6%	0,79%

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001).

Observação: Nos anos de 2000 e 2001, foram consideradas as seguintes médias: (1) entre existência e precisão da informação; (2) entre atendimento e pontualidade no cumprimento do itinerário; (3) entre higiene/limpeza, atendimento e preço; e (4) entre higiene/limpeza, atendimento, qualidade da comida, preço e comida típica.

Conforme foi demonstrado anteriormente, esses estudos da demanda turística internacional permitem a visualização do perfil socioeconômico do turista internacional no Brasil, bem como suas motivações e interesses, e ainda, como ele avalia o nosso produto turístico, dando subsídios da mais alta importância para o planejamento e desenvolvimento do turismo, pois assim é possível identificar eventuais erros, falhas e problemas existentes, e, conseqüentemente, implementar ações corretivas.

As cidades mais visitadas do Brasil e que, por conta disto, são avaliadas, diretamente, pela pesquisa da demanda turística internacional da EMBRATUR, passam a ter em suas mãos, a partir da publicação dos resultados, um importante instrumento de apoio para os processos de tomada de decisão de ações no setor de turismo.

Contudo, mesmo os pólos turísticos que não são avaliados podem tirar vantagens do estudo da demanda turística internacional da EMBRATUR, através da realização de comparações com as cidades de características semelhantes e com a média do país, e assim descobrir caminhos que levem ao desenvolvimento do turismo.

Em alguns Estados do Brasil, como é o caso do Maranhão, para o desenvolvimento do turismo, ainda são muitas as dificuldades a vencer. Contudo, não é descabido buscar, experimentar e tentar construir um novo caminho, principalmente porque, afinal, cada unidade é uma parte da totalidade e, quando o todo se move, de alguma forma cada parte também se move, mesmo que em proporções diferentes.

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1. PERFIL DO TURISTA ESTRANGEIRO

O alvo principal do presente estudo, como foi visto, é a demanda turística internacional, uma vez que a quantidade de turistas estrangeiros que tem visitado o pólo turístico de São Luís (MA) é mínima. Segundo as estatísticas dos estudos da demanda turística internacional da EMBRATUR, a capital maranhense, em que pese as suas raízes históricas e as suas belas praias que fazem parte do extenso litoral nordestino, não figura entre os principais destinos do país. Ratificando está afirmativa e considerando a média do período 1996/2001, o percentual de turistas estrangeiros em São Luís (MA), frente a sua demanda total, foi de somente 3%.

Desse modo, o desenvolvimento do turismo no Estado do Maranhão, passa, entre outras coisas, pela ampliação do turismo receptivo internacional. Há um grande potencial de crescimento na região, principalmente se o setor de turismo se qualificar para competir internacionalmente.

Quando se busca analisar um determinado destino turístico, o passo inicial é a correta identificação do perfil do turista que demanda o referido pólo. Para identificar o perfil do turista estrangeiro que visita o pólo turístico de São Luís (MA), foram consultadas as várias pesquisas de turismo receptivo realizadas na capital maranhense pela SUDENE e pela GEPLAN/MA, através da Sub-Gerência de Turismo do Maranhão, no período que vai de 1996 a 2001. São tratadas as questões referentes à idade, ao grau de instrução, à renda média per capita anual e aos principais centros emissores de turistas para a São Luís (MA).

3.1.1. Idade

Considerando o período de 1996 a 2001, a maioria dos turistas estrangeiros em visita a São Luís (MA) pertence a uma faixa etária entre 36 e 50 anos. No ano de 2001 o percentual correspondente a esta faixa etária foi de 42,85%, conforme os dados discriminados no quadro 26.

Quadro 26
Idade dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) - 1996/2001

Idade	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Menos de 26 anos	9,30%	13,77%	7,47%	7,15%	30,56%	3,55%
De 26 a 35 anos	19,30%	28,03%	28,71%	32,15%	25,00%	23,20%
De 36 a 50 anos	40,42%	38,39%	43,94%	43,57%	30,56%	42,85%
De 51 a 65 anos	19,82%	16,58%	19,89%	12,15%	13,89%	25,00%
Acima de 65 anos	7,17%	3,24%	0,00%	5,00%	0,00%	5,35%

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.1.2. Grau de instrução

No período de 1996 a 2000, as pesquisas da SUDENE não contemplavam o grau de instrução do turista. Somente em 2001, este item foi incluso pela GEPLAN/MA na publicação do perfil do turista em São Luís (MA), contudo sem discriminar a escolaridade do turista estrangeiro, apresentando somente o percentual geral para os turistas do Brasil e dos demais países. Os turistas com o ensino médio foram os de maior frequência, com 38,35%, superando os turistas com ensino superior, que apresentaram a segunda maior representatividade, com o percentual de 32,20%. Os turistas com ensino fundamental e com pós-graduação somam 21,35% e 4,65%, respectivamente. Por último, outros com 3,45%.

3.1.3. Profissão

O período 1996/2001 foi marcado por uma considerável diversificação nas profissões dos turistas estrangeiros que visitaram São Luís (MA), tendo sido muito comum a resposta “outra ocupação que não consta da lista”.

As ocupações mais frequentes estão especificadas e as demais estão aglutinadas na rubrica outros, conforme os dados discriminados no quadro 27. Considerando o período 1996/2001, as ocupações com maior frequência são as de estudante, engenheiro e professor.

Quadro 27
Profissão dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) - 1996/2001

Profissão	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Estudante	9,82%	9,22%	11,99%	7,15%	8,34%	3,55%
Engenheiro	12,33%	9,42%	-	-	19,45%	-
Professor	6,33%	6,47%	4,17%	-	5,56%	-
Comerciante	-	-	2,78%	-	5,56%	5,95%
Administrador	6,33%	-	-	-	11,11%	-
Economista	2,34%	-	2,94%	-	-	-
Aposentado	4,00%	-	-	-	-	3,55%
Médico	-	-	2,78%	-	-	-
Outros	58,85%	74,89%	75,34%	92,85%	49,98%	86,95%

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.1.4. Renda média per capita ano

No período 1996/2001, a renda média anual individual dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) apresentou um decréscimo de 27,2%, passando de US\$31.702,92 para US\$23.089,68, conforme os dados do quadro 28.

Considerando a média do período 1996/2001, verifica-se que a renda individual do turista estrangeiro em visita a São Luís (MA), com US\$21.487,00, é praticamente a metade da média Brasil, com US\$38.596,07.

São Luís (MA) é superada pelas médias de Salvador (BA), Recife (PE) e Fortaleza (CE), pólos turísticos nordestinos, sendo que neste último, a média do período é mais que o dobro do montante apurado na capital maranhense.

Comparando com as oito cidades mais visitadas do país, a média de São Luís (MA) supera unicamente Foz do Iguaçu (PR), onde é grande a presença de turistas da América do Sul, principalmente de paraguaios e argentinos, cujo nível de renda é bem inferior ao dos turistas europeus e norte-americanos.

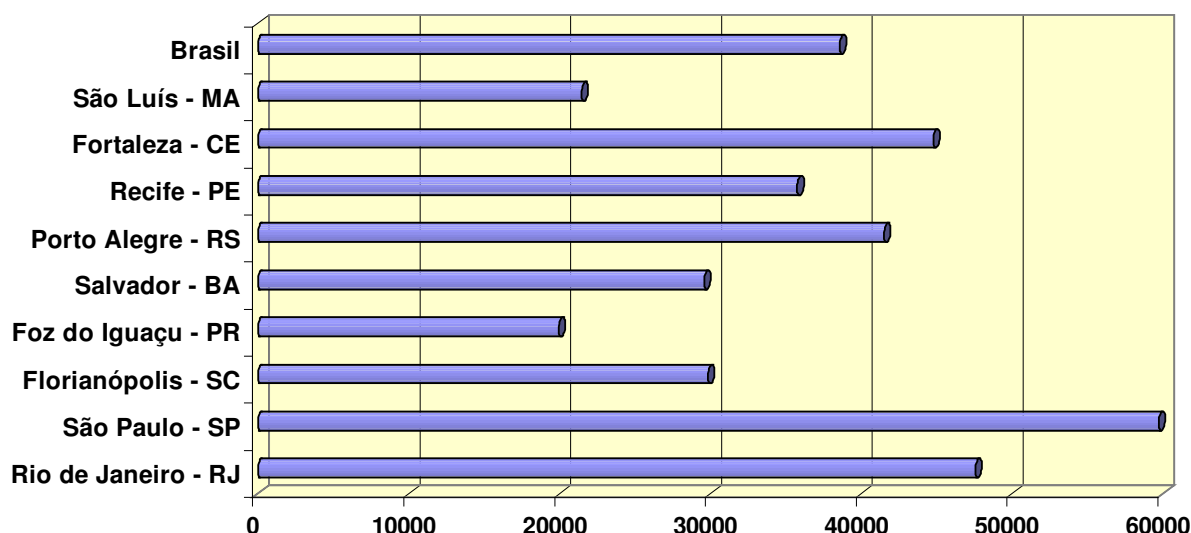
Quadro 28
Renda média anual individual do turista estrangeiro em São Luís - 1996/2001

Renda média anual individual no período 1996/2001 (US\$ 1,00)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	52948,46	54764,66	38058,88	46719,65	47820,74	45126,08	47573,08
São Paulo - SP	68465,53	71958,29	51350,87	55638,76	59064,55	51855,43	59722,24
Florianópolis - SC	30182,96	35736,45	30969,57	25380,00	31927,90	24987,38	29864,04
Foz do Iguaçu - PR	21441,01	23321,88	20906,96	19387,85	18908,96	15838,06	19967,45
Salvador - BA	33586,14	31770,35	27493,88	23556,01	32785,76	28429,62	29603,63
Recife - PE	39692,75	40033,61	44114,46	35560,25	20372,97	34871,04	35774,18
Porto Alegre - RS	43807,23	54708,82	44896,97	33994,43	37403,96	34355,87	41527,88
Fortaleza - CE	34473,80	82005,56	39662,50	40657,96	42366,12	29470,69	44772,77
São Luís - MA	31702,92	21594,96	23185,92	12080,64	17276,88	23080,68	21487,00
Brasil	41462,85	45704,78	38440,07	37505,85	33736,10	34726,74	38596,07

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 04 apresenta a média da renda anual individual do período 1996/2001 das oito cidades mais visitadas, São Luís (MA) e Brasil.

Gráfico 04
Renda média anual individual no período 1996/2001 (US\$ 1,00)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.1.5. Principais centros emissores de turistas para São Luís (MA)

França (22,5%), Estados Unidos (12,5%), Alemanha (7,5%) e Itália (7,5%), respectivamente, apresentam-se como os principais países emissores de turistas para São Luís (MA). Aqui, foram considerados unicamente os dados de 2001, uma vez que as publicações anteriores da SUDENE, não discriminavam os países emissores.

Entretanto, vale ressaltar que, de acordo com os dados da SUDENE e GEPLAN/MA e dada a média do período 1996/2001, o percentual de turistas estrangeiros no pólo turístico de São Luís (MA) tem sido mínima, representando somente cerca de 3% do total, conforme dados do quadro a seguir discriminado.

O quadro 29 discrimina os turistas em visita ao pólo turístico de São Luís (MA) segundo sua residência permanente, considerando o período entre 1996 e 2001.

Quadro 29
Turistas em São Luís (MA) segundo residência permanente – 1996/2001 (%)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Brasil	94,89	97,20	97,80	97,14	97,80	96,80	96,94
Maranhão	25,30	29,18	35,86	41,64	57,37	37,55	37,82
Pará	10,34	10,12	7,99	3,82	6,13	10,50	8,15
Ceará	7,66	8,70	6,85	6,13	4,83	5,90	6,68
Piauí	7,41	7,38	6,67	4,87	5,81	4,85	6,17
Outros	44,18	41,82	40,43	40,68	23,66	38,00	38,13
Demais países	5,11	2,80	2,20	2,86	2,20	3,20	3,06

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

De acordo com os dados do quadro anterior, a maior frequência de turistas em São Luís (MA), considerando a média do período 1996/2001, é procedente do próprio interior do Maranhão, com 37,82%.

Os turistas do interior do Maranhão, somados aos de mais três Estados, um do Norte, Estado do Pará, e dois do Nordeste do país, Estados do Ceará e Piauí, formam a grande maioria dos demandantes do pólo turístico de São Luís/MA, com o percentual de 58,82%, considerando a média do período 1996/2001.

Em comparação com o total de turistas, a frequência dos estrangeiros em visita a cidade de São Luís (MA) é mínima, com somente 3,06%, levando em consideração a média do período 1996/2001.

A participação percentual dos turistas dos demais países em São Luís (MA) caiu no período em análise, passando de 5,11% em 1996 para 3,20% em 2001.

3.1.6. Considerações finais sobre o perfil do turista estrangeiro no pólo turístico de São Luís (MA)

Analisando-se os dados do perfil do turista estrangeiro em São Luís (MA), para os anos de 1996 a 2001, é possível traçar importantes considerações. Por meio da comparação com resultados do Brasil, no mesmo período, observa-se algumas semelhanças com o padrão nacional, contudo, há algumas discrepâncias, em itens de grande repercussão no contexto econômico.

A faixa etária dos turistas estrangeiros em visita a São Luís (MA), de certo modo, acompanha a tendência brasileira, contudo, com uma idade média levemente superior. A maior frequência em São Luís (MA) foi a classe de 36 a 50 anos, enquanto no Brasil foi a classe de 25 a 39 anos.

A análise do grau de instrução fica, sobremaneira, prejudicada, uma vez que os dados de São Luís (MA) não separam os turistas nacionais dos turistas estrangeiros. Todavia, se for considerado que o grau de instrução destes últimos acompanha a média, pode-se dizer então que a maior concentração em São Luís (MA) tem sido de turistas estrangeiros somente com o ensino médio, enquanto que na média Brasil a predominância é do nível superior.

As duas ocupações dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) mais representativas foram de estudantes e de engenheiros. Já no Brasil, as ocupações principais foram de comerciantes e de engenheiros.

O fato mais discrepante foi a significativa diferença entre a renda média anual do turista internacional que demanda o pólo turístico de São Luís (MA) e a do que frequenta as oito cidades mais visitadas do Brasil.

De certo modo, a explicação do baixo nível de renda dos estrangeiros que demandam o pólo turístico de São Luís (MA), se comparados com a média nacional, deve estar, dentre outros fatores, na maior incidência de turistas estudantes e de turistas somente com nível médio, visitando a capital maranhense.

Teoricamente e generalizando, os indivíduos com nível superior e trabalhando, conseguem atingir níveis de renda mais elevados do que aqueles com nível médio ou estudando.

Por outro lado, a renda dos turistas estrangeiros que visitam São Luís (MA) supera em mais de 50% a dos turistas nacionais que vêm a este pólo, cuja média anual individual, no período de 1996/2001, foi de somente US\$ 13.755,62.

Provavelmente, a razão principal é a grande presença de indivíduos do interior maranhense dentre os turistas nacionais em São Luís (MA), cuja frequência média foi de 37,82% no período 1996/2001. E no interior do Estado do Maranhão o nível de renda é bem inferior à média do país.

Os turistas de outros países em visita a São Luís (MA) são, em sua maioria, europeus e norte-americanos. Na média Brasil, também há uma grande incidência de europeus e norte-americanos, contudo a liderança é dos sul-americanos do cone sul, liderados pelos argentinos, paraguaios e uruguaios.

Na verdade, o pólo turístico de São Luís (MA) praticamente não tem conseguido atrair turistas de outros países. Dada a média do período compreendido entre 1996 e 2001, os turistas estrangeiros em São Luís (MA) representaram somente 3,06% do total, enquanto os provenientes do próprio interior do Maranhão e de três Estados vizinhos, Pará, Ceará e Piauí, somaram 58,82%.

3.2. CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

A partir dos relatórios da SUDENE e da GEPLAN/MA sobre o turismo em São Luís (MA), a caracterização da viagem é feita, principalmente, com base nos quesitos referentes ao motivo de viagem, ao fator decisório da visita, ao meio de comunicação que influenciou o turista, ao hábito de viajar, à forma de organização da viagem, ao tipo de alojamento utilizado, à permanência média no pólo turístico visitado, ao gasto médio per capita diário e à intenção de voltar.

3.2.1. Motivo da viagem

Em quase todo o período 1996/2001, o quesito passeio (turismo) aparece como principal motivo de viagem para os turistas de outros países em São Luís (MA). Contudo, é grande a representatividade dos itens negócios/trabalho e visita a parentes/amigos, conforme os dados do quadro 30.

Quadro 30
Motivo da viagem dos turistas estrangeiros a São Luís (MA)
1996/2001

Motivo da viagem	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Passeio (turismo)	40,28	46,71	51,41	56,43	41,67	54,77
Negócios/trabalho	23,30	25,29	9,72	14,29	44,45	16,67
Visita parentes/amigos	27,44	14,80	36,01	20,72	13,88	23,22
Congresso/convenção	7,82	7,08	1,39	5,00	0,00	3,57
Tratamento de saúde	0,00	0,00	1,47	0,00	0,00	0,00
Religião	1,16	6,12	0,00	3,56	0,00	1,77

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O quadro 31 traz a evolução do motivo de viagem “turismo” nas cidades mais visitadas e a média do Brasil, durante o período 1996/2001. Verifica-se que o turismo, embora permaneça como principal motivo de viagem ao pólo turístico de São Luís (MA), sua frequência é bem inferior à média de Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE), bem como à média do país.

Quadro 31
Percentual do motivo de viagem “turismo” no período 1996/2001

MOTIVO DE VIAGEM TURISMO NO PERÍODO 1996/2001 (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	54,30	63,70	72,30	71,92	61,13	62,19	64,26
São Paulo - SP	23,90	35,80	47,70	53,74	13,71	15,42	31,71
Florianópolis - SC	83,10	87,80	85,10	91,86	54,52	73,13	79,25
Foz do Iguaçu - PR	96,60	97,80	92,70	91,60	82,04	84,60	90,89
Salvador - BA	75,30	86,30	90,50	90,11	77,66	69,02	81,48
Recife - PE	81,80	82,60	78,70	85,36	68,42	54,55	75,24
Porto Alegre - RS	36,9	25,00	30,50	54,32	15,00	18,97	30,12
Fortaleza - CE	85,7	73,10	85,70	84,75	69,37	74,08	78,78
São Luís - MA	40,28	46,71	51,41	56,43	41,67	54,77	48,55
Brasil	67,20	65,30	71,80	77,61	57,01	55,51	65,74

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.2. Fator decisório da visita

Para quem veio fazer turismo, os atrativos turísticos são, sem dúvida alguma, o principal fator decisório da visita ao Brasil, respondendo, em 2001, por 76,70%. São Luís (MA) também apresentou percentuais bastante parecidos em 2001, sendo que, em média, 81,25% dos turistas foram motivados pelos seus atrativos turísticos, distribuídos nas manifestações populares (4,15%), no patrimônio histórico-cultural (33,35%) e nos atrativos naturais (43,75%), conforme dados do quadro 32.

Quadro 32
Fator decisório da visita dos turistas estrangeiros a São Luís (MA) - 1996/2001

Fator decisório da visita	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atrativos naturais	30,36	42,50	24,82	29,77	43,18	43,75
Manifestações populares	4,17	7,50	3,57	7,15	4,55	4,15
Patrimônio histórico e cultural	54,17	31,88	27,29	40,48	18,18	33,35
Compras	0,00	0,00	0,00	7,14	0,00	0,00
Outros	11,30	18,12	44,32	15,46	34,09	18,75

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.3. Meio de comunicação que influenciou na decisão de visita

Apesar de “informações de amigos” não se constituir num meio de comunicação de massa, este vem sendo normalmente apontado como o principal fator que pesou na decisão de visita. No Brasil, em 2001, as pesquisas mostraram que o percentual de 47,36% dos turistas de outras nacionalidades sofreu influência de informações de amigos na sua decisão de visita. Em São Luís (MA), no mesmo ano, o percentual foi de 43,75%. O quadro 33 mostra o que influenciou os turistas estrangeiros na decisão de visita ao pólo turístico de São Luís (MA) no período 1996/2001.

Quadro 33
Meio de comunicação que influenciou a decisão de visita dos turistas estrangeiros a São Luís (MA) - 1996/2001

Meio de comunicação	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Amigos	23,63	36,52	37,56	33,34	72,73	43,75
Agências	3,17	3,13	6,25	0,00	22,73	0,00
Propaganda	10,98	18,84	14,11	15,48	0,00	25,00
Conhecia o local	10,14	23,39	8,33	7,15	0,00	6,25
Internet	0,00	0,00	3,57	0,00	0,00	0,00
Outros	52,10	18,13	30,18	44,05	4,55	25,00

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.4. Hábito de viajar

No pólo turístico de São Luís (MA), em todo o período 1996/2001, a maior incidência foi a de turistas estrangeiros viajando sozinhos, exceção feita ao último ano da série, cujos percentuais foram de 36,9% com a família e de 36,30% sozinhos. Diferentemente da média do Brasil, o item mais freqüente foi viajar com a família. O quadro 34 mostra o hábito de viajar dos turistas estrangeiros que demandaram o pólo turístico de São Luís (MA) no período 1996/2001.

Quadro 34
Hábito de viajar dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) - 1996/2001

Hábito de viajar	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sozinho	45,44	53,20	44,58	59,29	38,89	36,30
Família	25,30	14,66	28,91	10,00	19,45	36,90
Amigos	25,77	30,68	26,51	27,15	33,33	25,00
Excursão	3,49	1,46	0,00	3,56	8,33	1,80

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.5. Forma de organização da viagem

Dos turistas estrangeiros que visitaram as cidades brasileiras em 2001, a grande maioria optou por não organizar suas viagens por agências ou operadoras, verificando-se, no período 1996/2001, o percentual médio de 71,36%. Em São Luís (MA), o percentual médio de turistas de outros países que optou por não organizar suas viagens por agências ou operadoras, no mesmo período, foi de 76,20%. O quadro 35 mostra o percentual de turistas estrangeiros que optou por não organizar suas viagens com agências, no período 1996/2001, para São Luís (MA) e para as oito cidades mais visitadas do país.

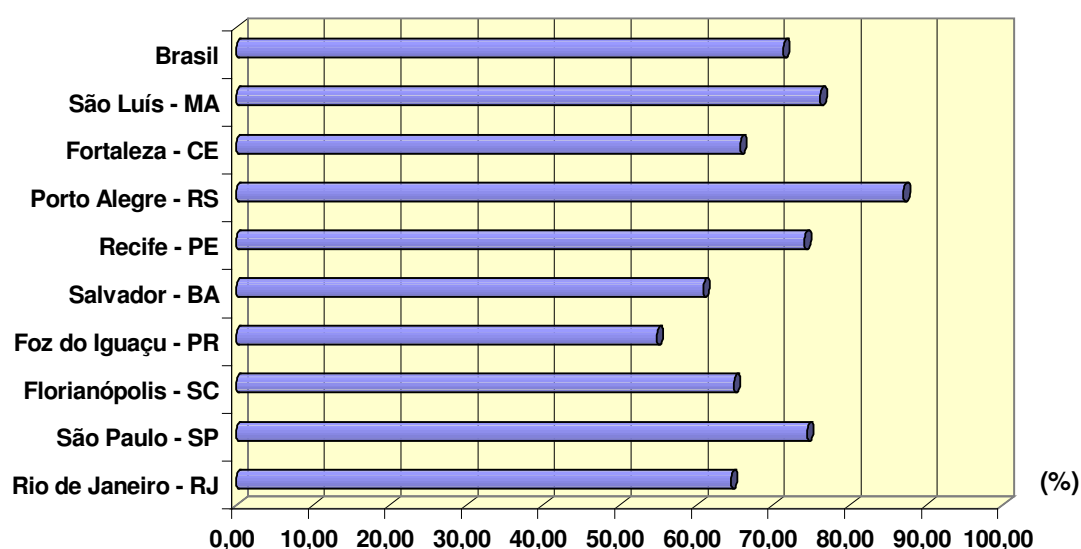
O gráfico 05 destaca a média de viagens não organizadas por agências no período 1996/2001.

Quadro 35
Percentual de viagens não organizadas por agências no período 1996/2001

Viagens não organizadas por agências 1996/2001(%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro – RJ	49,00	60,00	59,20	78,75	60,64	79,86	64,58
São Paulo – SP	69,90	59,50	78,30	81,82	71,69	85,68	74,48
Florianópolis – SC	50,40	55,30	52,20	69,92	88,44	73,20	64,91
Foz do Iguaçu – PR	30,40	52,50	51,20	68,18	70,96	56,06	54,88
Salvador – BA	56,00	62,90	66,30	74,48	32,32	73,53	60,92
Recife – PE	84,60	76,00	77,80	80,98	43,59	81,98	74,16
Porto Alegre – RS	79,50	83,00	92,20	90,95	86,25	90,50	87,07
Fortaleza – CE	74,10	63,40	85,70	79,66	45,81	45,81	65,75
São Luís – MA	75,86	84,03	75,59	81,43	44,44	95,85	76,20
Brasil	63,80	67,40	72,00	81,92	64,77	78,26	71,36

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 05
Viagens não organizadas por agências - média 1996/2001



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.6. Tipo de alojamento utilizado

Os alojamentos do tipo hotel, pousada e pensão vêm sendo a forma de hospedagem utilizada pela maioria dos turistas no Brasil, cujo percentual foi de 69,8% em 2001.

Em São Luís (MA), no ano de 2001, o tipo de hospedagem mais procurado pelo turista estrangeiro, foi a casa de amigos/parentes com 39,30%. Contudo, nos anos de 1996, 1997, 1999 e 2000, os mais utilizados pelos turistas de outros países foram os alojamentos do tipo hotel, contudo, a opção casa de parentes sempre foi muito requisitada.

Quadro 36
Tipo de alojamento utilizado pelos turistas estrangeiros em São Luís - 1996/2001

Alojamento	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Hotel ⁽¹⁾	57,27	60,76	23,02	36,43	41,67	29,75
Casa de amigos/parentes	34,61	26,36	40,15	30,00	25,00	39,30
Apartamento/casa aluguel	5,82	5,67	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros	2,30	7,21	36,83	33,57	33,33	30,95

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Observação: (1) Calculado através do somatório de hotel, flat, apart-hotel, pousada e pensão.

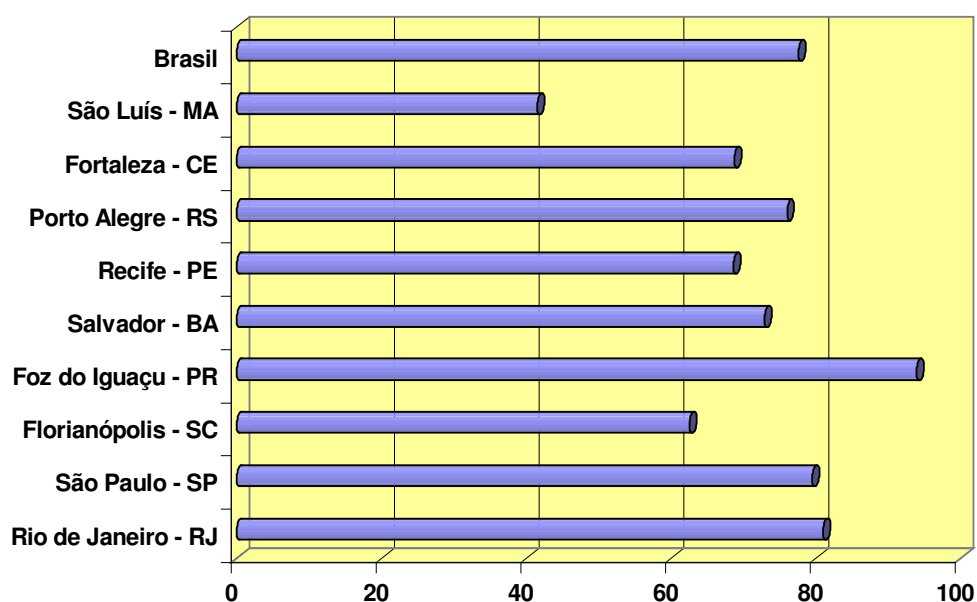
O quadro 37 mostra o percentual de turistas estrangeiros que optou por alojamento do tipo hotel, no período 1996/2001, para o Brasil, São Luís (MA) e as oito cidades mais visitadas do país. Levando em consideração o período observado, verifica-se que o percentual de turistas internacionais que utiliza alojamentos do tipo hotel em São Luís (MA) é muito inferior aos percentuais de Fortaleza (CE), de Recife (PE), de Salvador (BA) e da média Brasil. O gráfico 06 ilustra a média da utilização de meios de hospedagem do tipo hotel no período 1996/2001.

Quadro 37
Percentual de utilização do alojamento tipo hotel – 1996/2001

Utilização de alojamento do tipo hotel (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	85,30	80,40	84,50	74,20	81,95	79,71	81,01
São Paulo - SP	82,50	87,50	78,60	76,89	79,31	72,63	79,57
Florianópolis - SC	68,80	79,20	72,60	56,12	48,57	49,99	62,55
Foz do Iguaçu - PR	97,80	96,00	93,70	92,68	91,85	91,63	93,94
Salvador - BA	72,70	77,30	68,50	59,44	84,24	75,24	72,90
Recife - PE	64,50	71,30	67,40	68,15	79,22	60,94	68,59
Porto Alegre - RS	80,90	85,70	76,20	68,91	75,43	69,11	76,04
Fortaleza - CE	71,40	82,10	52,90	61,40	75,34	69,50	68,77
São Luís - MA	57,27	60,76	23,02	36,43	41,67	29,75	41,48
Brasil	85,00	84,90	80,00	73,50	72,84	69,80	77,67

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 06
Alojamento do tipo hotel - média 1996/2001



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.7. Permanência média

No ano de 2001 a permanência média dos turistas em viagem ao Brasil foi de 12,2 dias, enquanto que no pólo turístico de São Luís (MA) foi levemente inferior, totalizando 11,9 dias.

Por outro lado, quando se considera o período compreendido entre 1996 e 2001, a permanência média em São Luís (MA), com 10,07 dias, já é bem inferior à média Brasil, com 12,89 dias.

Comparando a capital maranhense com Fortaleza (CE), Recife (PE) e Salvador (BA), que também pertencem ao litoral nordestino, São Luís (MA) é a que apresenta a menor permanência média.

O quadro 38 mostra o número médio de dias que os turistas estrangeiros, no período 1996/2001, permanecem em visita a São Luís (MA). Discrimina ainda a permanência média nas oito cidades mais visitadas do país e a média Brasil.

Quadro 38
Permanência média dos turistas no período 1996/2001

Permanência média no período 1996/2001 (dias)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	8,29	8,79	10,00	10,00	7,47	9,29	8,97
São Paulo - SP	6,39	7,19	7,00	7,00	7,25	7,23	7,01
Florianópolis - SC	11,00	10,90	12,00	11,00	6,65	6,52	9,68
Foz do Iguaçu - PR	3,61	3,37	3,00	3,00	3,07	3,82	3,31
Salvador - BA	10,54	9,55	13,00	13,00	8,92	9,72	10,79
Recife - PE	14,90	12,66	13,00	12,00	10,45	9,57	12,10
Porto Alegre - RS	3,87	4,74	5,00	6,00	5,50	6,73	5,31
Fortaleza - CE	10,50	7,45	16,00	18,00	12,93	13,53	13,07
São Luís - MA	7,51	13,06	10,16	9,44	8,36	11,9	10,07
Brasil	13,16	12,90	13,00	14,00	12,06	12,20	12,89

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.8. Gasto médio per capita/dia (em dólares)

Em 2001 o gasto médio per capita/dia dos turistas em viagem ao Brasil foi de 81,21 dólares, enquanto que no pólo turístico de São Luís (MA) foi somente de 20,64 dólares. Verifica-se ainda que o gasto médio per capita/dia em São Luís (MA) apresenta um comportamento decrescente ao longo dos anos, diferente da média Brasil, que é crescente.

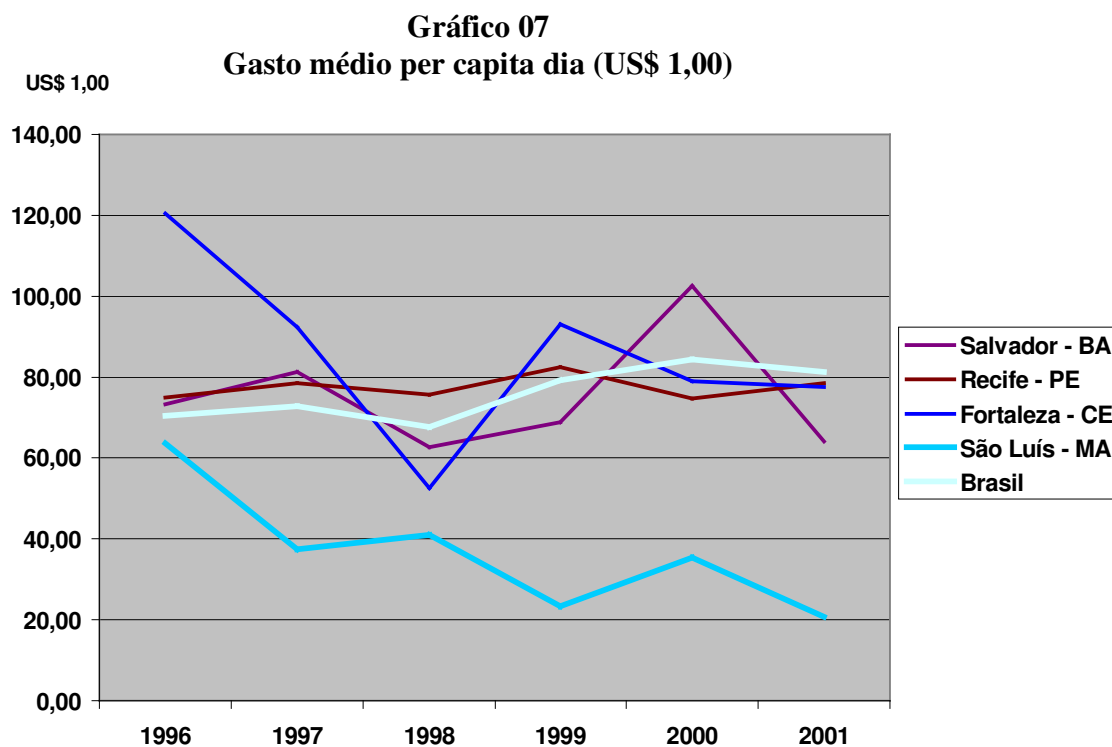
Considerando o período 1996/2001, o gasto médio per capita/dia em São Luís (MA) é inferior à metade das médias de Fortaleza (CE), Recife (PE), Salvador (BA) e Brasil. O quadro 39 traz o gasto médio per capita/dia em dólares, discriminando os dados do Brasil, de São Luís (MA) e das oito cidades mais visitadas do país.

Quadro 39
Gasto médio per capita/dia no período 1996/2001

Gasto médio per capita/dia no período 1996/2001 (US\$ 1,00)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	131,13	137,33	94,36	110,74	114,74	99,98	114,71
São Paulo - SP	153,48	135,58	113,50	142,24	124,58	126,55	132,66
Florianópolis - SC	56,40	56,18	43,06	68,05	58,60	58,16	56,74
Foz do Iguaçu - PR	67,97	57,69	62,12	55,21	40,93	46,54	55,08
Salvador - BA	73,19	81,29	62,74	68,73	102,48	64,03	75,41
Recife - PE	75,05	78,47	75,71	82,58	74,75	78,50	77,51
Porto Alegre - RS	80,16	110,20	89,60	100,03	85,42	97,23	93,77
Fortaleza - CE	120,33	92,40	52,53	93,02	78,88	77,53	85,78
São Luís - MA	63,70	37,43	41,06	23,22	35,42	20,64	36,91
Brasil	70,39	72,80	67,57	79,08	84,38	81,21	75,91

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 07 confronta a evolução do gasto médio per capita diário realizado pelos turistas estrangeiros no pólo turístico de São Luís (MA) com os de Fortaleza (CE), Recife (PE), Salvador (BA) e Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.9. Intenção de voltar ao pólo turístico de São Luís (MA)

Em 2001, dos turistas que visitaram o Brasil, 97,1% demonstraram intenção de voltar. No mesmo ano, no pólo turístico de São Luís (MA), considerando os turistas vindos de outros países, a intenção de voltar foi de somente 79,08%.

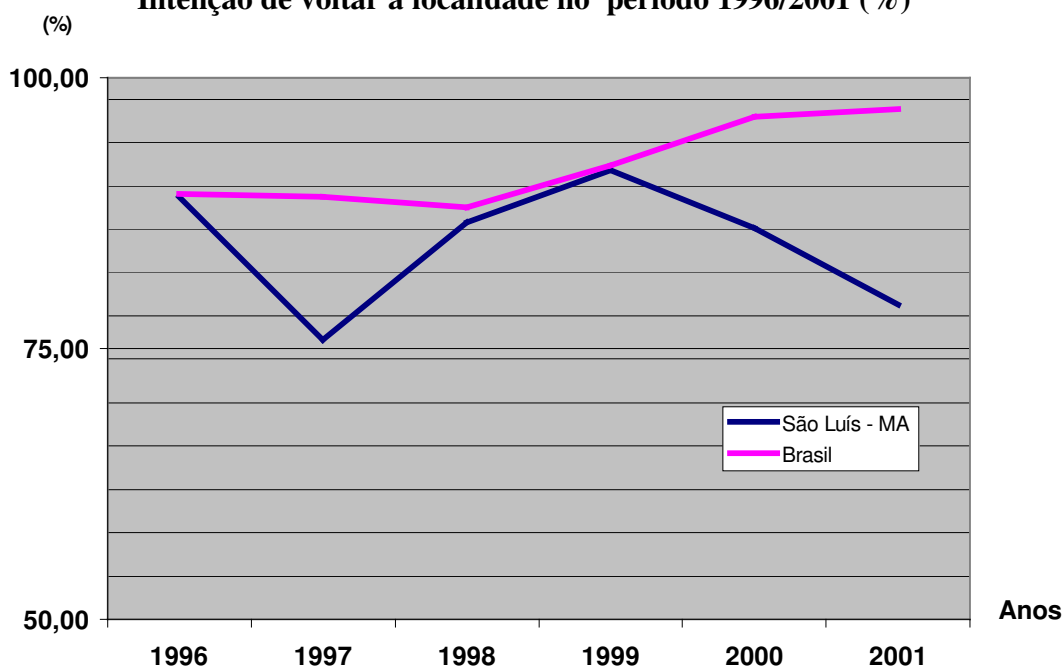
Comparando com as oito cidades mais visitadas no Brasil e considerando a média do período 1996/2001, o pólo turístico de São Luís (MA) apresentou o menor percentual, conforme dados do quadro 40. O gráfico 08 apresenta a intenção de voltar a São Luís (MA) no período 1996/2001 e a respectiva média Brasil.

Quadro 40
Intenção de voltar à localidade no período 1996/2001

Intenção de voltar no período 1996/2001 (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	81,30	84,70	76,90	88,77	93,26	95,36	86,72
São Paulo - SP	89,00	92,10	88,60	86,10	97,64	96,07	91,59
Florianópolis - SC	95,90	95,70	96,30	98,37	99,71	26,80	85,46
Foz do Iguaçu - PR	90,60	88,30	94,40	94,05	99,70	97,57	94,10
Salvador - BA	85,70	87,70	87,40	93,75	89,62	97,88	90,34
Recife - PE	90,90	81,00	86,50	90,25	96,10	98,27	90,50
Porto Alegre - RS	94,00	98,60	93,60	96,30	97,90	97,79	96,37
Fortaleza - CE	82,10	100,00	97,10	86,44	98,11	88,17	91,99
São Luís - MA	89,03	75,82	86,62	91,43	86,11	79,08	84,68
Brasil	89,30	89,00	88,00	91,88	96,42	97,11	91,95

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 08
Intenção de voltar à localidade no período 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.2.10. Considerações finais sobre as características da viagem

Os dados e informações sobre as características da viagem do turista estrangeiro ao pólo turístico de São Luís (MA), referentes ao período compreendido entre 1996 e 2001, quando apresentados e analisados em conjunto com os dados do Brasil e das suas cidades mais visitadas, permitem detectar tendências e fazer considerações pertinentes ao quadro do turismo local.

Fica clara a grande representatividade do fator negócios/trabalho como motivação de viagem ao pólo turístico de São Luís (MA), em que pese o turismo ser a resposta mais freqüente dos turistas estrangeiros. Na comparação feita com as oito cidades mais visitadas do país, a freqüência do motivo turismo em São Luís (MA) se assemelha mais com os resultados das cidades que não possuem praia, como é o caso de São Paulo (SP) e Porto Alegre (RS), do que com as cidades do litoral nordestino, como Fortaleza (CE), Recife (PE) e Salvador (BA).

Contudo, para quem veio a passeio ou fazer turismo, os atrativos turísticos são o principal fator motivador, tanto em São Luís (MA), quanto na média geral do Brasil. O patrimônio histórico/cultural e os atrativos naturais de São Luís (MA) praticamente se igualam como fatores decisórios dos turistas estrangeiros, com as manifestações populares, tão ricas na capital maranhense, ficando para um segundo plano.

O item “informações de amigos”, assim como na avaliação geral do país, com 47,36% em 2001, vem sendo recorrentemente apontado pelos turistas estrangeiros como o principal fator que influencia a decisão da visita à cidade de São Luís/MA, com 43,75% no mesmo período.

Ao contrário do panorama geral do Brasil, os turistas estrangeiros em visita ao pólo turístico de São Luís (MA), considerando os anos de 1996 a 2001, costumam, em grande parte, viajar sozinhos, com média de 46,28%, superando a opção viajar com a família, cuja média é de 22,54%, provavelmente por conta do grande contingente de viagens para realização de negócios/trabalhos ou para participação em congressos/convenções, discutidas anteriormente.

Assiste-se a uma elevação do número de turistas estrangeiros que não utilizaram os serviços de agências para organizarem suas viagens ao pólo turístico de São Luís (MA), passando de 75,86% em 1996 a 95,85% em 2001. No mesmo período, no cenário nacional, em proporções menores, também ocorreu um crescimento, aumentando de 63,8% em 1996 para 78,26% em 2001.

Enquanto observa-se uma estabilidade na escolha dos hotéis como meios de hospedagem nas cidades de Salvador/BA (72,70% em 1996 e 75,24% em 2001), Recife/PE (64,50% em 1996 e 60,94% em 2001) e Fortaleza/CE (71,40% em 1996 e 69,50% em 2001), em São Luís/MA, verifica-se que os turistas estrangeiros reduziram de 57,27% (1996) para 29,75% (2001) sua demanda por alojamentos do tipo hotel, tendo buscado outras alternativas de hospedagem, muito provavelmente, mais econômicas.

De um modo geral, os bens e serviços adquiridos por um determinado turista têm uma relação direta com o seu nível de renda. Como foi visto, no período de 1996 a 2001, São Luís (MA) passou a receber turistas com menor nível de renda, explicando, de certa forma, a diminuição na procura de hotéis por parte dos turistas estrangeiros. Somando-se a isto, o fato dos preços dos hotéis em São Luís (MA) serem basicamente os mesmos dos grandes centros turísticos do Brasil, contudo, sem igualar a qualidade dos serviços.

A permanência média do turista estrangeiro em São Luís/MA, com média de 10,07 dias no período de 1996 a 2001, é bem inferior à média Brasil, que no mesmo período foi de 12,89 dias.

Este fato pode estar associado à realidade de um turista que, com um menor nível de renda, acaba permanecendo menos tempo; ou ligada a uma pequena diversificação da oferta turística, ou ainda a uma fraca divulgação do produto turístico e não inclusão nos roteiros dos turistas.

Como não podia ser diferente, com a vinda de turistas estrangeiros com níveis de renda menores (US\$ 31.702,92 em 1996 e US\$ 23.080,68 em 2001), verifica-se uma queda de 67,60% do gasto médio per capita/dia do turista estrangeiro em visita a São Luís (MA), caindo de 63,70 em 1996 para 20,64 dólares em 2001. No mesmo período, ocorreu um aumento de 15,37% no gasto médio diário per capita no Brasil, que cresceu de 70,39 para 81,21 dólares.

Vale observar que, segundo os dados do boletim conjuntural da SUDENE (1999), as exportações do Maranhão em 1998 foram de 635,6 milhões de dólares. De acordo com ROLIM (1999, p.235) a receita cambial gerada com o turismo é resultado da multiplicação do número de turistas pela permanência média e pelo gasto médio per capita/dia.

Dado que em 1998 o número total de turistas no Maranhão segundo a GEPLAN/MA foi de 431,32 mil e que 2,20% foram turistas estrangeiros, com uma permanência média de 10,16 dias e gasto médio per capita/dia de 41,06 dólares, e considerando São Luís (MA) como único portão de entrada dos visitantes internacionais, a receita proveniente do turismo internacional no Maranhão em 1998 foi de 3,96 milhões de dólares, o que representa 0,62% das exportações maranhenses no período.

No mesmo ano, no Brasil, as receitas, considerando o turismo internacional, foram de 3.678 milhões de dólares, enquanto as exportações, segundo o boletim conjuntural da SUDENE, somaram 51.120 milhões de dólares.

Desse modo, no ano de 1998, as entradas com o turismo internacional no Brasil corresponderam a 7,2% das exportações do país, comprovando a pequena representatividade da receita turística no Maranhão.

Comparando com o Produto Interno Bruto (PIB) do Estado do Maranhão em 1998, que foi de 11.445 milhões de dólares, verifica-se que as exportações maranhenses no mesmo ano representaram 5,55%.

Por fim, o item “intenção de voltar” que, de um modo geral, acaba refletindo a imagem de todo o pólo turístico. Em São Luís (MA), no ano de 1996, dos turistas vindos de outros países, 89,03% demonstraram intenção de voltar. No mesmo período, a média Brasil foi praticamente a mesma, com 89,30%.

Contudo, este percentual, no ano de 2001, cai para 79,08%, trazendo consigo, provavelmente, reflexos de um nível mais elevado de insatisfação ou de decepção com o produto turístico local. O quadro de insatisfação fica mais evidente ainda, quando, neste mesmo ano, 97,11% declaram intenção de visitar o Brasil novamente.

Considerando, no quadro 40, somente as cidades do Nordeste brasileiro, verifica-se que no ano de 2001 a intenção de voltar a Fortaleza (CE), a Salvador (BA) e a Recife (PE), respectivamente, 88,17%, 97,88% e 98,27%, também superam, com folga, o percentual da capital maranhense.

3.3. AVALIAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA, EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS.

A avaliação da infra-estrutura, dos equipamentos, dos serviços e dos atrativos turísticos de São Luís (MA) foi feita com base na pesquisa de demanda turística da SUDENE e GEPLAN/MA. Foram considerados unicamente os quesitos comuns ao estudo da demanda turística internacional da EMBRATUR, a fim de que fosse possível estabelecer uma comparação entre São Luís (MA), Brasil e as oito cidades do país mais visitadas pelos turistas estrangeiros, facilitando assim a consecução dos objetivos do presente trabalho.

A EMBRATUR, no período de 1996 a 2001, tem acompanhado de perto a evolução das estatísticas de treze itens cruciais da oferta turística das principais cidades do país, historicamente criticados e que serão os alvos da presente avaliação: sinalização turística, limpeza pública, segurança pública, transporte urbano, comunicações, informações turísticas, guias de turismo, táxis, aeroportos, comércio, diversões noturnas, hotelaria e restaurantes.

A estes itens, foram acrescentadas as avaliações dos atrativos naturais, do patrimônio histórico/cultural e das manifestações populares no pólo turístico de São Luís (MA), para que fosse possível verificar a real atratividade e qualidade da natureza, da cultura, do folclore e do acervo arquitetônico ludovicense, para os turistas vindos de outros países.

Nas considerações finais, para enfatizar os resultados da avaliação quantitativa, foram utilizados alguns comentários textuais dos entrevistados na pesquisa qualitativa do perfil do turista em São Luís (MA), realizada pela GEPLAN/MA no ano de 2001.

3.3.1. Sinalização turística

Este item foi criticado por 15,78% dos turistas que visitaram o Brasil em 2001. No mesmo ano, a sinalização turística em São Luís (MA) teve uma avaliação ainda pior, recebendo críticas de 24,89% dos turistas estrangeiros.

Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com os oito principais destinos turísticos do país, verifica-se que São Luís (MA) apresenta o pior desempenho no item sinalização turística. Contudo, São Luís (MA) acusou uma sensível melhora, reduzindo de 55,00% em 1996 para 24,89% em 2001 o percentual de críticas à sinalização turística.

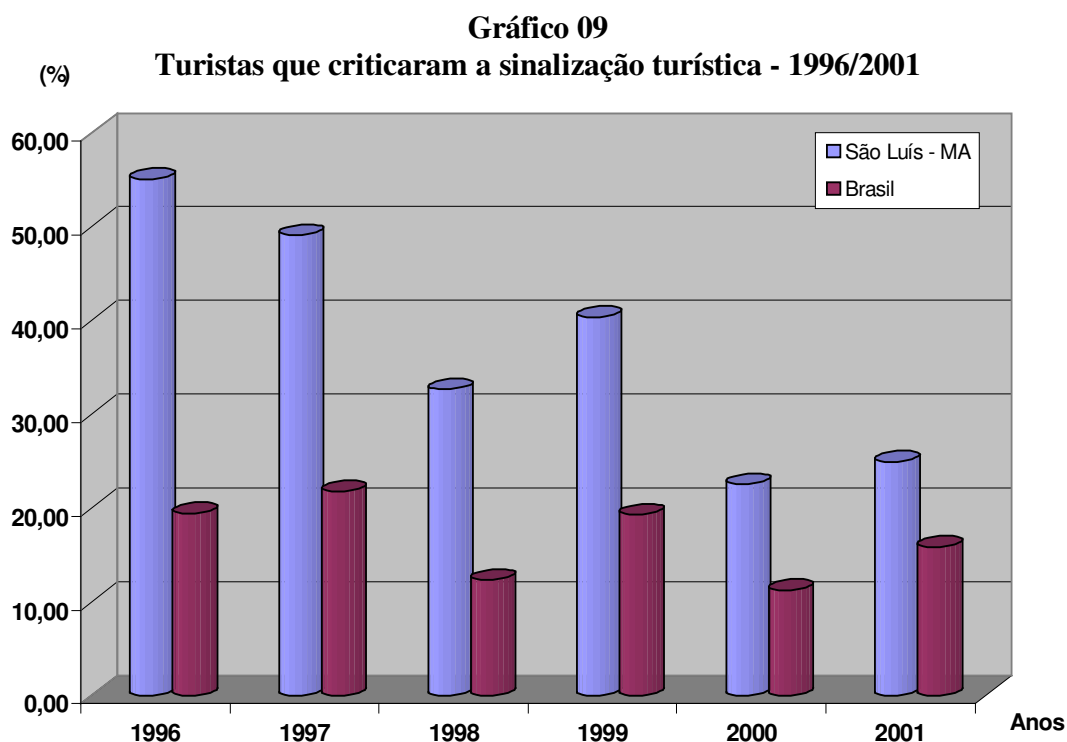
O quadro 41 mostra o percentual de turistas que criticou a sinalização turística nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, relacionando as oito cidades mais visitadas do país, São Luís (MA) e Brasil.

Quadro 41
Percentual de turistas que criticou a sinalização turística no período 1996/2001

Turistas que criticaram a sinalização turística (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	20,30	14,80	13,00	18,07	10,53	15,20	15,32
São Paulo - SP	33,70	33,00	15,80	28,11	20,36	17,20	24,70
Florianópolis - SC	18,00	14,90	14,10	10,58	10,53	8,57	12,78
Foz do Iguaçu - PR	8,30	8,60	3,70	6,67	4,97	7,00	6,54
Salvador - BA	22,40	37,00	6,30	13,61	13,77	11,19	17,38
Recife - PE	44,10	46,50	21,40	47,12	10,47	36,84	34,41
Porto Alegre - RS	9,20	16,70	4,90	18,25	5,67	15,38	11,68
Fortaleza - CE	20,00	15,00	20,00	26,92	26,09	28,38	22,73
São Luís - MA	55,00	49,04	32,60	40,29	22,50	24,89	37,39
Brasil	19,40	21,70	12,30	19,24	11,12	15,78	16,61

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 09 traz o percentual de turistas estrangeiros criticando a sinalização turística em São Luís (MA) no período 1996/2001, em comparação com a média do Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.2. Limpeza pública

A limpeza pública foi considerada ruim por 12,1% dos turistas que vieram ao Brasil em 2001. No pólo turístico de São Luís (MA) a limpeza pública vem sendo duramente criticada pelos turistas estrangeiros, tanto é que em 2001, 30,16% a consideram ruim ou péssima. Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a que apresenta o pior desempenho. Mais da metade dos turistas estrangeiros criticaram a limpeza pública em São Luís (MA).

O quadro de São Luís (MA) demonstra ser mais grave ainda quando se observa que em vários destinos turísticos do país, a crítica à limpeza pública não atinge sequer dez pontos percentuais.

Quadro 42
Percentual de turistas que criticou a limpeza pública no período 1996/2001

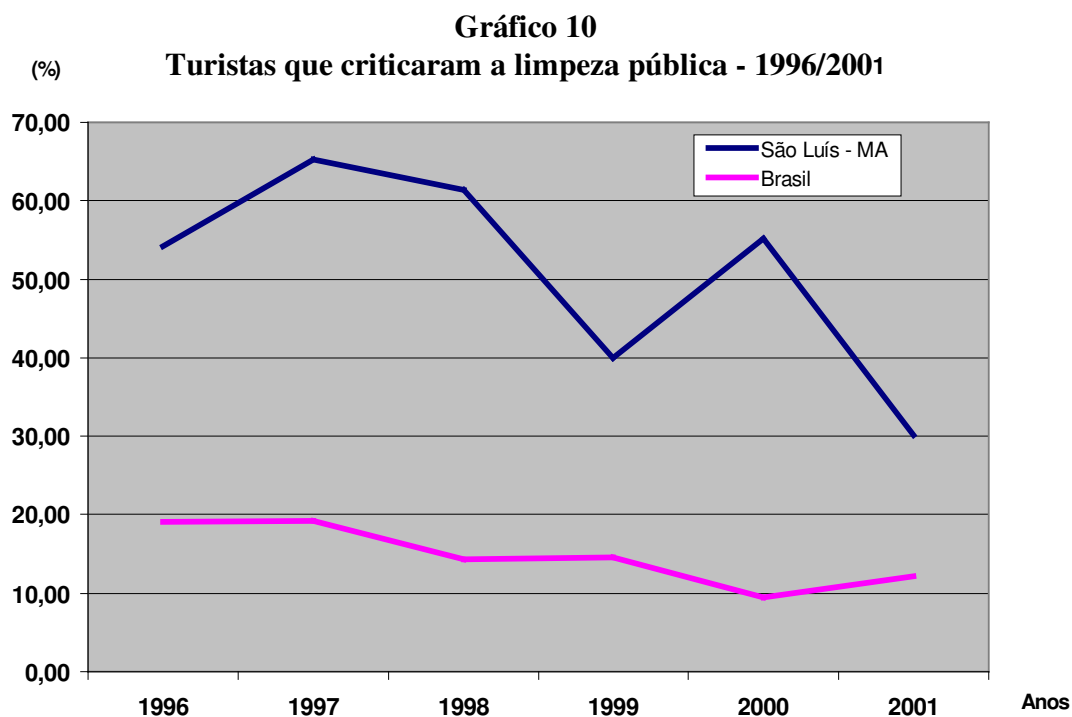
Turistas que criticaram a limpeza pública (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	32,90	21,50	13,70	16,65	12,15	14,76	18,61
São Paulo - SP	29,20	28,20	22,10	20,05	21,87	15,18	22,77
Florianópolis - SC	5,70	11,50	12,60	5,79	12,15	3,85	8,60
Foz do Iguaçu - PR	7,20	6,20	3,00	4,58	0,00	3,83	4,14
Salvador - BA	47,30	27,70	14,70	12,63	7,27	11,64	20,21
Recife - PE	47,70	56,80	41,20	41,58	22,37	38,37	41,34
Porto Alegre - RS	9,20	8,30	4,90	8,86	7,79	9,17	8,04
Fortaleza - CE	17,90	48,00	34,20	35,59	27,98	32,98	32,78
São Luís - MA	54,16	65,28	61,39	40,00	55,21	30,16	51,03
Brasil	19,10	19,20	14,40	14,58	9,45	12,14	14,81

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O quadro 42 mostra o percentual de turistas que criticou a limpeza pública no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

Observando a evolução da série estatística, verifica-se, no tocante à limpeza pública, a diminuição do grau de insatisfação dos turistas estrangeiros em São Luís (MA) no período de 1996 (54,16%) a 2001 (30,16%), em que pese continuar em patamares bastante elevados.

O gráfico 10 apresenta a evolução do percentual de turistas estrangeiros que criticou a limpeza pública em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.3. Comunicações

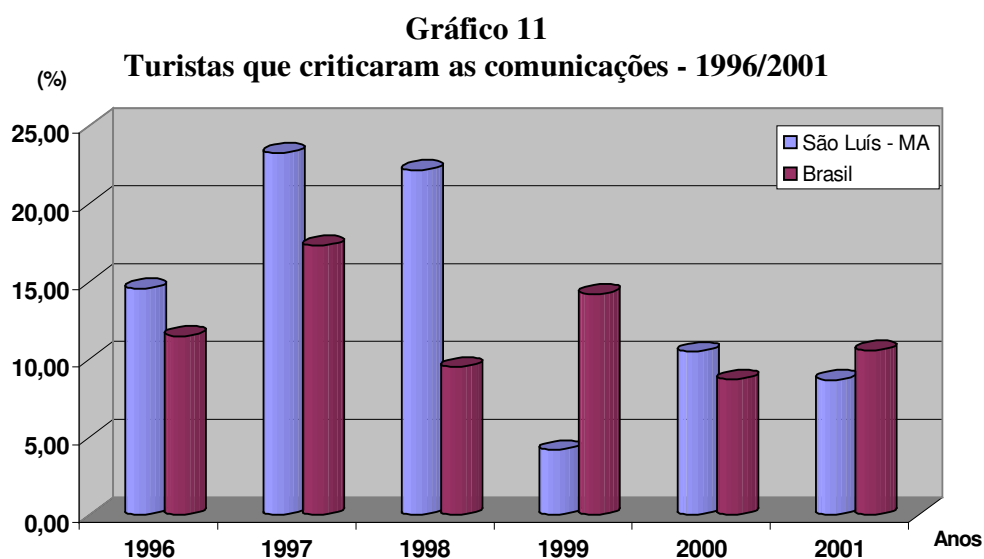
Dos turistas que visitaram o Brasil em 2001, 10,5% avaliaram as comunicações como ruins. No mesmo ano, as comunicações no pólo turístico de São Luís (MA) foram criticadas por 8,68% dos turistas estrangeiros. Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) foi a segunda mais criticada. O quadro 43 mostra o percentual de turistas que considerou como ruins as comunicações no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA). Aqui também se verifica a redução das reclamações, caindo de 14,55% (1996) para 8,68% (2001).

Quadro 43
Percentual de turistas que criticou as comunicações no período 1996/2001

Turistas que criticaram as comunicações (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	26,40	24,70	13,70	24,25	14,83	17,84	20,29
São Paulo - SP	11,90	20,40	12,60	15,97	9,05	11,41	13,56
Florianópolis - SC	5,00	6,60	0,70	2,65	14,83	5,30	5,85
Foz do Iguaçu - PR	2,40	10,10	4,30	5,16	2,72	4,72	4,90
Salvador - BA	11,90	18,40	7,30	17,30	10,62	16,76	13,71
Recife - PE	16,70	24,80	17,40	17,51	9,46	13,64	16,59
Porto Alegre - RS	6,30	8,40	5,60	8,97	3,27	7,14	6,61
Fortaleza - CE	14,80	4,30	20,00	16,07	11,96	15,05	13,70
São Luís - MA	14,55	23,24	22,14	4,17	10,48	8,68	13,88
Brasil	11,50	17,30	9,50	14,20	8,71	10,55	11,96

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 11 apresenta a evolução do percentual de turistas internacionais que criticou as comunicações em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.4. Segurança pública

Dos turistas que visitaram o Brasil em 2001, 9,05% avaliaram a segurança pública como ruim. No mesmo ano, a segurança pública no pólo turístico de São Luís (MA) foi criticada por 17,68% dos turistas. Em que pese o problema de segurança pública ser bem mais grave nas grandes capitais, como é o caso de São Paulo, Rio de Janeiro e Recife, a cidade de São Luís não foi bem avaliada neste quesito, apresentando um desempenho inferior ao da média Brasil. No período em estudo, a insatisfação dos turistas estrangeiros com o item segurança pública aumentou de 15,48% em 1996 para 17,68% em 2001.

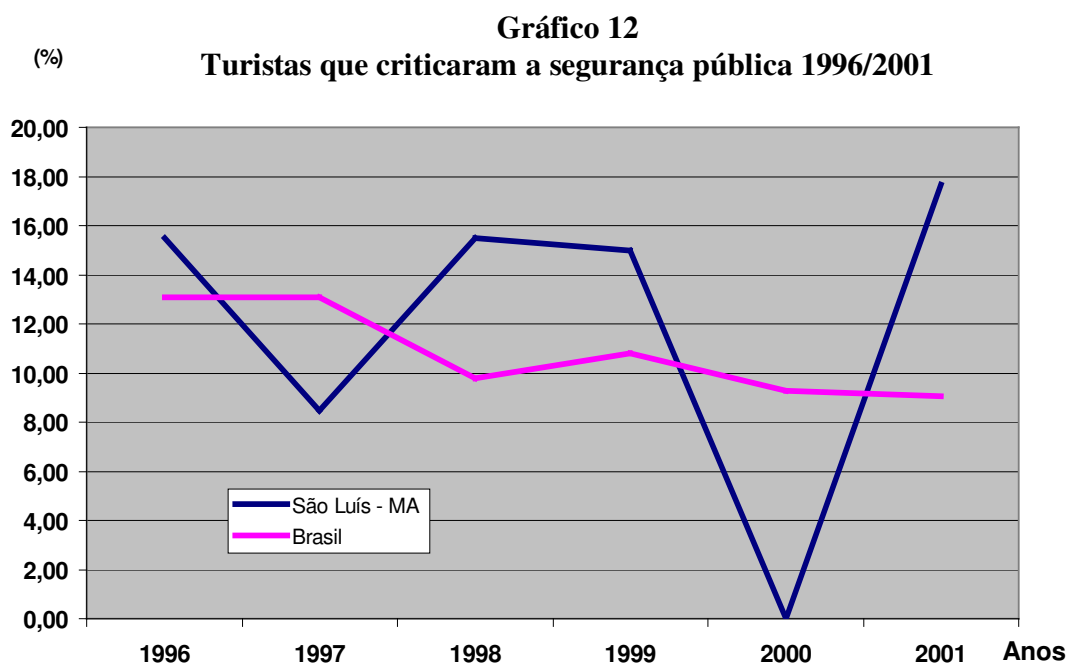
O quadro 44 detalha o percentual de turistas que criticou a segurança pública no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

Quadro 44
Percentual de turistas que criticou a segurança pública no período 1996/2001

Turistas que criticaram a segurança pública (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	21,60	14,20	8,40	13,81	15,35	12,55	14,32
São Paulo - SP	25,20	20,60	18,90	17,36	21,47	15,42	19,83
Florianópolis - SC	4,20	5,30	1,40	2,54	15,35	1,30	5,02
Foz do Iguaçu - PR	4,10	7,60	3,00	2,94	4,82	3,27	4,29
Salvador - BA	14,90	14,20	9,40	7,45	5,50	5,35	9,47
Recife - PE	26,30	21,70	24,60	22,16	22,67	16,88	22,39
Porto Alegre - RS	10,60	9,70	4,90	9,05	5,34	7,73	7,89
Fortaleza - CE	3,70	12,50	11,40	11,86	15,53	9,68	10,78
São Luís - MA	15,48	8,48	15,48	15,00	0,00	17,68	12,02
Brasil	13,10	13,10	9,80	10,78	9,27	9,05	10,85

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 12 mostra o percentual de turistas de outros países que criticou a segurança pública em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.5. Transporte urbano

Dos turistas que visitaram o Brasil em 2001, 7,7% avaliaram o transporte urbano como ruim. No mesmo ano, nenhum turista criticou o transporte urbano no pólo turístico de São Luís (MA). Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a que apresenta a segunda pior avaliação. O quadro 45 traz o percentual de turistas que criticou o transporte urbano no período 1996/2001, discriminando as oito cidades mais visitadas do país, São Luís (MA) e Brasil.

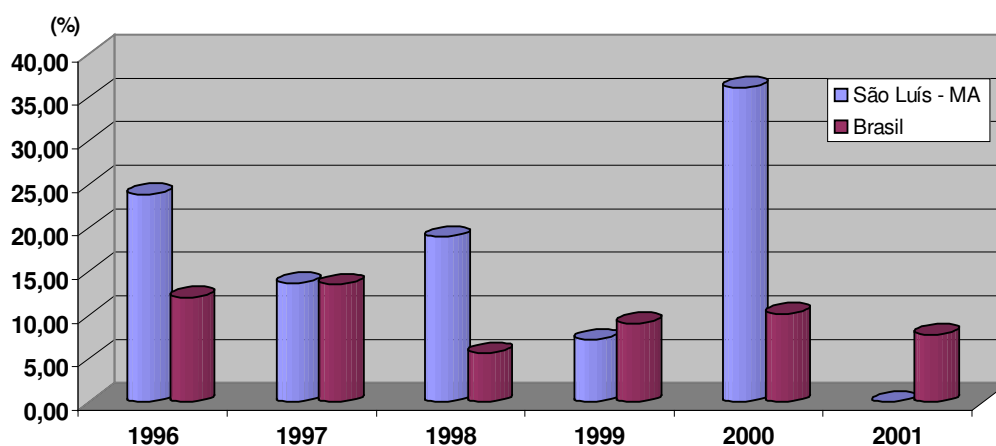
Quadro 45
Percentual de turistas que criticou o transporte urbano no período 1996/2001

Turistas que criticaram o transporte urbano							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	16,80	15,00	6,70	8,53	8,42	7,28	10,46
São Paulo - SP	32,20	21,80	7,00	16,88	22,14	11,99	18,67
Florianópolis - SC	2,10	6,60	2,20	4,12	8,42	3,85	4,55
Foz do Iguaçu - PR	2,80	3,80	3,00	3,55	5,71	2,36	3,54
Salvador - BA	16,10	15,30	5,20	8,97	4,29	7,28	9,52
Recife - PE	8,30	19,70	15,00	17,43	18,97	17,39	16,13
Porto Alegre - RS	3,00	2,30	0,70	5,19	3,96	5,51	3,44
Fortaleza - CE	7,40	5,60	20,00	9,62	12,75	10,94	11,05
São Luís - MA	23,81	13,64	18,94	7,15	36,11	0,00	16,61
Brasil	12,00	13,50	5,60	9,04	10,15	7,71	9,67

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 13 destaca a evolução do percentual de turistas estrangeiros que criticou o transporte urbano em São Luís (MA) de 1996 a 2001, em comparação com a média do país.

Gráfico 13
Turistas que criticaram o transporte urbano 1996/2001



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.6. Aeroporto

Em 2001, os turistas de outros países que estiveram nos principais destinos turísticos do Brasil não criticaram os aeroportos, consequência das reformas e modernizações realizadas nos principais terminais aeroviários do país, mediante parcerias entre o governo federal e os governos estaduais. O aeroporto de São Luís (MA), que também passou por uma profunda reforma, não foi avaliado como ruim pelos turistas que visitaram a cidade em 2001.

O quadro 46 traz o percentual de turistas que criticou os aeroportos no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

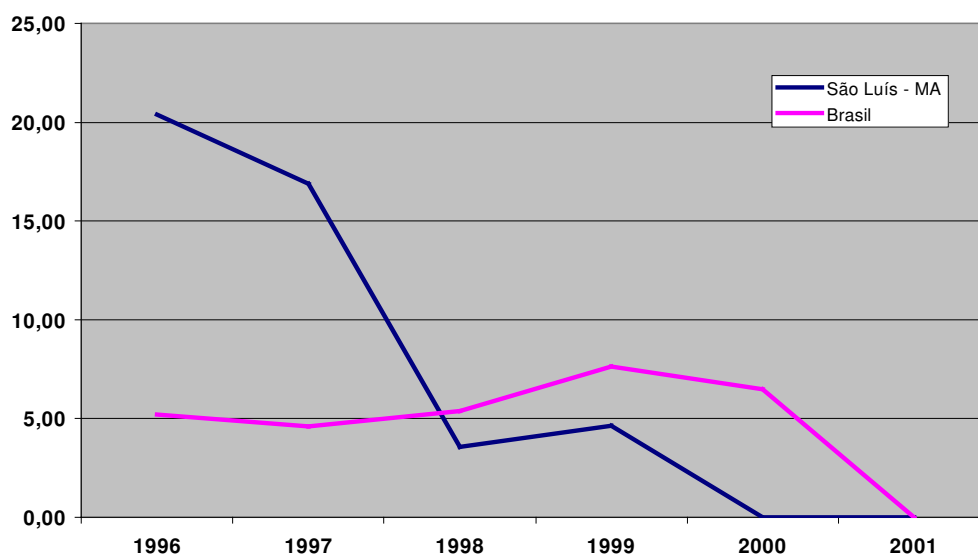
O gráfico 14 destaca a evolução do percentual de turistas estrangeiros que criticou o aeroporto de São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.

Quadro 46
Percentual de turistas que criticou os aeroportos no período de 1996/2001

Turistas que criticaram os aeroportos (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	5,90	2,70	4,20	5,07	5,72	0,00	3,93
São Paulo - SP	5,40	5,80	9,00	7,28	3,78	0,00	5,21
Florianópolis - SC	4,50	2,80	7,40	18,42	5,72	0,00	6,47
Foz do Iguaçu - PR	2,90	0,00	0,60	0,00	0,00	0,00	0,58
Salvador - BA	2,60	4,20	4,20	9,14	7,53	0,00	4,61
Recife - PE	6,30	13,20	18,20	19,21	6,67	0,00	10,60
Porto Alegre - RS	1,20	2,10	2,80	3,36	4,81	0,00	2,38
Fortaleza - CE	15,40	12,00	14,20	8,47	5,86	0,00	9,32
São Luís - MA	20,38	16,90	3,59	4,63	0,00	0,00	7,58
Brasil	5,20	4,60	5,40	7,62	6,49	0,00	4,89

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 14
Turistas que criticaram os aeroportos no período 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.7. Informações turísticas

As informações turísticas foram avaliadas como ruins por 5,35% dos turistas em visita ao Brasil no ano de 2001, levando em conta a média dos quesitos “existência da informação turística” e “precisão da informação turística”. Ainda no ano de 2001, 11,26% dos turistas de outras nacionalidades avaliaram como ruim este item no pólo turístico de São Luís (MA). Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a mais criticada.

Contudo, ao longo dos anos, ocorreu uma sensível redução das reclamações no pólo turístico de São Luís (MA), com o percentual de insatisfação caindo de 31,43% em 1996 para 11,26% em 2001.

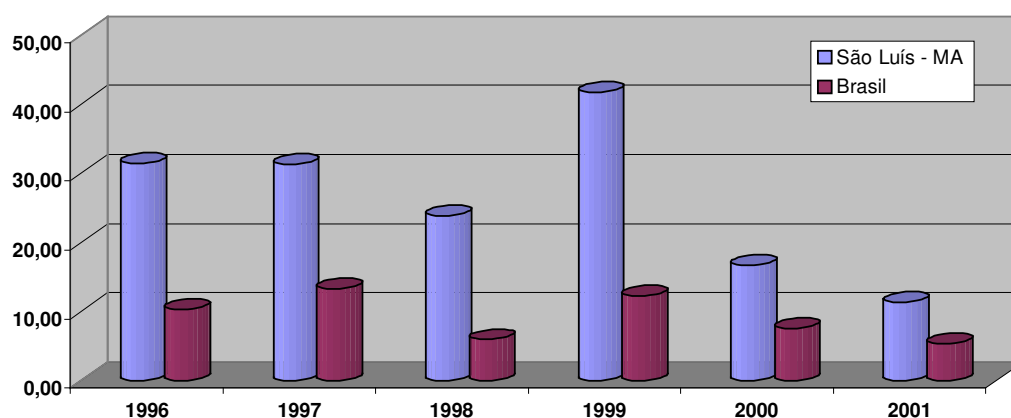
O quadro 47 traz o percentual de turistas que criticou as informações turísticas no período 1996/2001, discriminando os oito principais destinos turísticos do país, São Luís (MA) e Brasil. No mesmo período, o gráfico 15 destaca a evolução do percentual de turistas estrangeiros que criticou as informações turísticas em São Luís (MA) e no Brasil.

Quadro 47
Percentual de turistas que criticou as informações turísticas no período 1996/2001

Turistas que criticaram as informações turísticas (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	16,70	12,00	6,10	16,67	8,36	3,22	10,51
São Paulo - SP	21,30	26,20	8,20	15,98	10,08	8,33	15,02
Florianópolis - SC	9,90	9,20	5,20	4,88	1,51	0,00	5,12
Foz do Iguaçu - PR	2,90	7,80	3,00	3,26	1,17	0,00	3,02
Salvador - BA	19,60	24,00	3,10	13,87	3,18	8,84	12,10
Recife - PE	16,10	21,30	13,40	30,30	10,67	6,67	16,41
Porto Alegre - RS	5,60	8,50	2,10	11,30	3,73	0,00	5,21
Fortaleza - CE	12,00	5,30	8,50	13,04	15,84	9,42	10,68
São Luís - MA	31,43	31,25	23,81	41,67	16,67	11,26	26,02
Brasil	10,30	13,30	5,90	12,26	7,58	5,35	9,12

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 15
Turistas que Criticaram as Informações Turísticas 1996/2001



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.8. Guias de turismo

Levando em conta os critérios de atendimento e de pontualidade no cumprimento do itinerário, os guias de turismo foram em média avaliados como ruins por 2,78% dos turistas que estiveram no Brasil em 2001. No mesmo ano, 4,58% dos turistas criticaram este item no pólo turístico de São Luís (MA). Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a que possui a maior média de insatisfação.

Contudo, vale ressaltar que São Luís (MA) apresentou uma melhora substancial no período analisado, quando as críticas dos turistas estrangeiros diminuíram de 25% em 1996 para 4,58% em 2001.

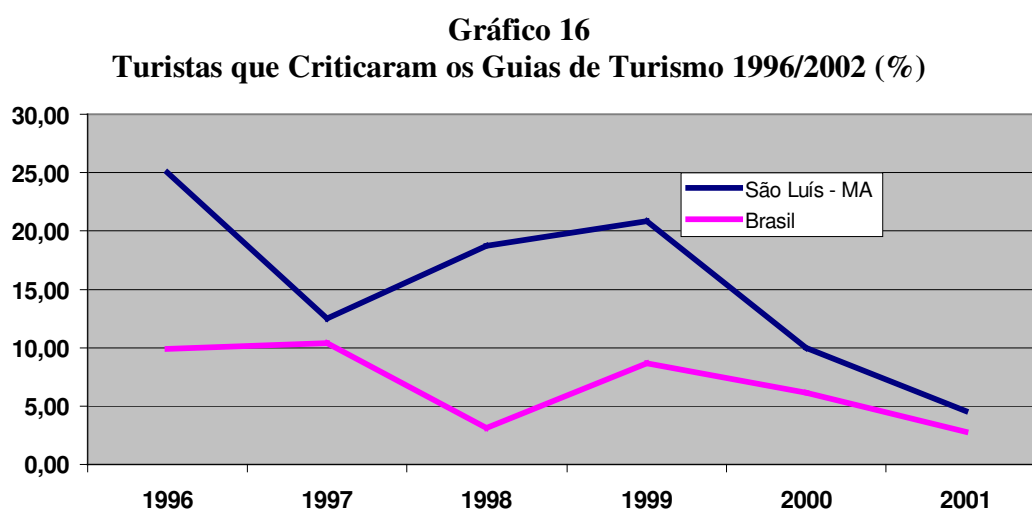
O quadro 48 traz o percentual de turistas que criticou os guias de turismo no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

Quadro 48
Percentual de turistas que criticou os guias de turismo no período 1996/2001

Turistas que criticaram os guias de turismo (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	17,10	6,10	3,00	5,92	5,72	3,07	6,82
São Paulo - SP	14,30	26,30	5,80	13,71	8,59	5,63	12,39
Florianópolis - SC	4,90	8,50	5,20	8,70	2,13	0,00	4,91
Foz do Iguaçu - PR	3,30	2,70	3,70	3,77	5,98	0,00	3,24
Salvador - BA	14,30	11,50	1,00	4,76	2,71	8,11	7,06
Recife - PE	6,70	11,40	2,30	16,98	2,30	1,85	6,92
Porto Alegre - RS	0,00	20,00	1,40	0,00	4,66	0,00	4,34
Fortaleza - CE	0,00	8,30	2,80	3,70	9,05	5,00	4,81
São Luís - MA	25,00	12,51	18,74	20,84	10,00	4,58	15,28
Brasil	9,90	10,40	3,10	8,65	6,09	2,78	6,82

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 16 enfatiza o percentual de turistas internacionais que criticou os guias de turismo em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.9. Meios de hospedagem

A partir dos itens higiene, limpeza, atendimento e preço, os hotéis foram em média avaliados como ruins por 1,71% dos turistas que estiveram no Brasil em 2001. Em 1996, os meios de hospedagem no pólo turístico de São Luís (MA) foram criticados por 10,20% dos turistas estrangeiros. Já em 2001, acusou relevante melhora, não recebendo nenhuma crítica dos turistas estrangeiros.

Entretanto, considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é ainda a que reflete o pior desempenho.

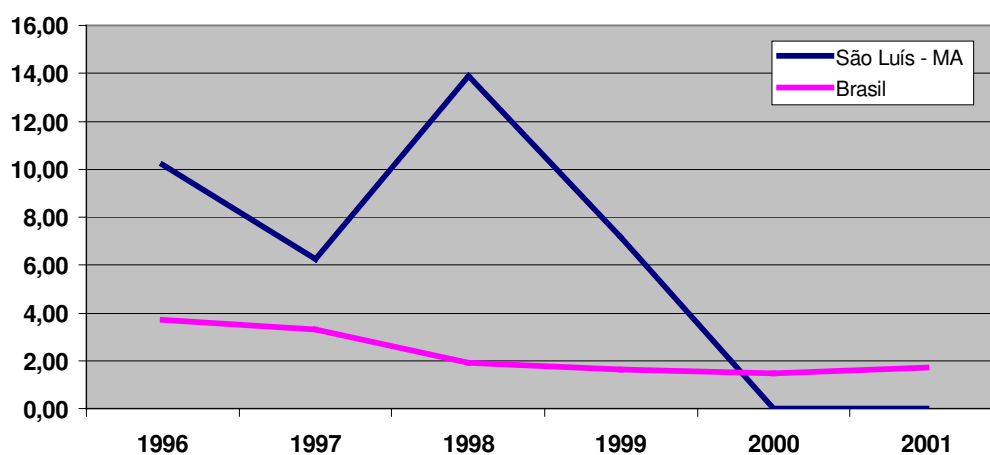
O quadro 49 traz o percentual de turistas que criticou os meios de hospedagem no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA). No mesmo período, para o item “meios de hospedagem”, o gráfico 17 compara São Luís (MA) com o Brasil.

Quadro 49
Percentual de turistas que criticou os meios de hospedagem no período 1996/2001

Turistas que criticaram os meios de hospedagem (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	6,30	4,90	2,20	1,98	2,57	2,69	3,44
São Paulo - SP	3,50	2,60	1,20	1,58	1,66	0,58	1,85
Florianópolis - SC	4,00	1,00	2,20	0,00	0,00	0,65	1,31
Foz do Iguaçu - PR	1,30	2,40	0,60	1,16	0,23	0,31	1,00
Salvador - BA	8,30	9,40	5,20	3,33	1,36	3,33	5,15
Recife - PE	9,80	11,10	3,90	4,20	0,60	3,87	5,58
Porto Alegre - RS	2,40	0,80	0,00	0,56	1,21	0,00	0,83
Fortaleza - CE	0,00	0,00	5,70	4,08	2,48	2,46	2,45
São Luís - MA	10,20	6,25	13,89	7,15	0,00	0,00	6,25
Brasil	3,70	3,30	1,90	1,62	1,48	1,71	2,29

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 17
Turistas que criticaram os meios de hospedagem - 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.10. Restaurantes

Levando em conta os itens higiene, limpeza, atendimento, preço, comida típica e qualidade da comida, os restaurantes foram em média avaliados como ruins por 0,79% dos turistas que estiveram no Brasil em 2001. No mesmo ano, 6,34% dos turistas avaliaram como ruins os bares e restaurantes no pólo turístico de São Luís (MA). Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a que recebeu a pior avaliação. Vale observar que na pesquisa do perfil do turista em São Luís (MA), bares e restaurantes foram avaliados conjuntamente.

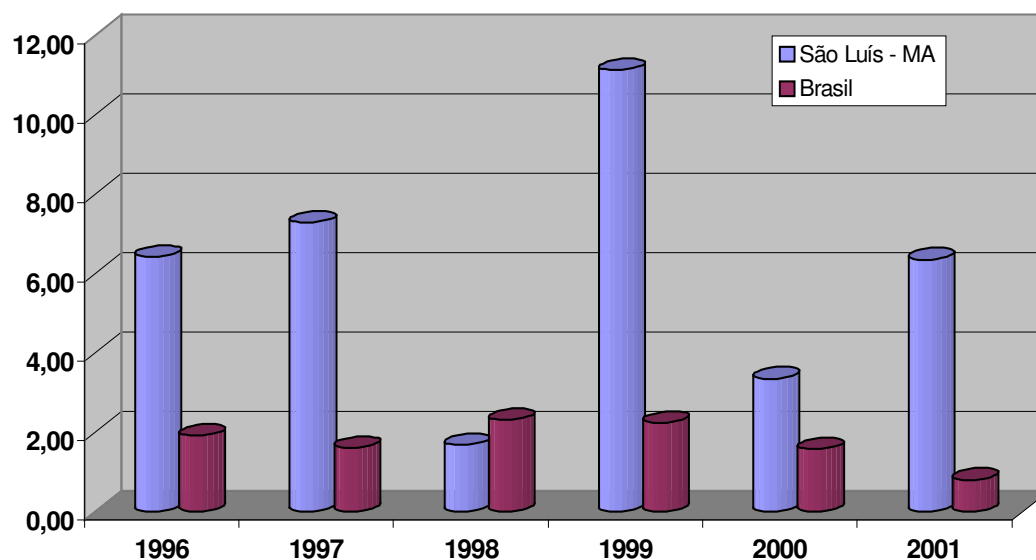
O quadro 50 traz o percentual de turistas que criticou os restaurantes no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA). Já o gráfico 18 mostra o percentual de turistas estrangeiros que criticou os restaurantes de São Luís (MA) no período 1996/2001, em comparação com a média do Brasil.

Quadro 50
Percentual de turistas que criticou os restaurantes no período 1996/2001

Turistas que criticaram os restaurantes (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	2,80	1,80	2,40	1,13	2,86	0,80	1,97
São Paulo - SP	0,70	1,40	1,90	3,01	1,06	0,36	1,41
Florianópolis - SC	2,70	0,00	3,70	1,68	0,05	0,00	1,36
Foz do Iguaçu - PR	1,60	1,20	0,60	1,47	0,37	0,58	0,97
Salvador - BA	4,10	5,80	2,10	3,87	1,58	0,29	2,96
Recife - PE	3,10	1,70	7,90	5,21	2,88	1,53	3,72
Porto Alegre - RS	0,60	0,00	0,70	1,30	0,45	0,34	0,57
Fortaleza - CE	0,00	12,00	2,80	6,78	2,93	2,48	4,50
São Luís - MA	6,41	7,27	1,67	11,11	3,34	6,34	6,02
Brasil	1,90	1,60	2,30	2,23	1,56	0,79	1,73

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 18
Turistas que criticaram os restaurantes - 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.11. Táxis

Dos turistas que visitaram o Brasil em 2001, 5,2% avaliaram os táxis como ruins. No mesmo ano, nenhum turista criticou este item no pólo turístico de São Luís (MA). Destaca-se que, neste quesito, considerando a média do período 1996/2001, São Luís (MA) apresenta um desempenho superior ao da média Brasil.

O quadro 51 traz o percentual de turistas que criticou o serviço dos táxis no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

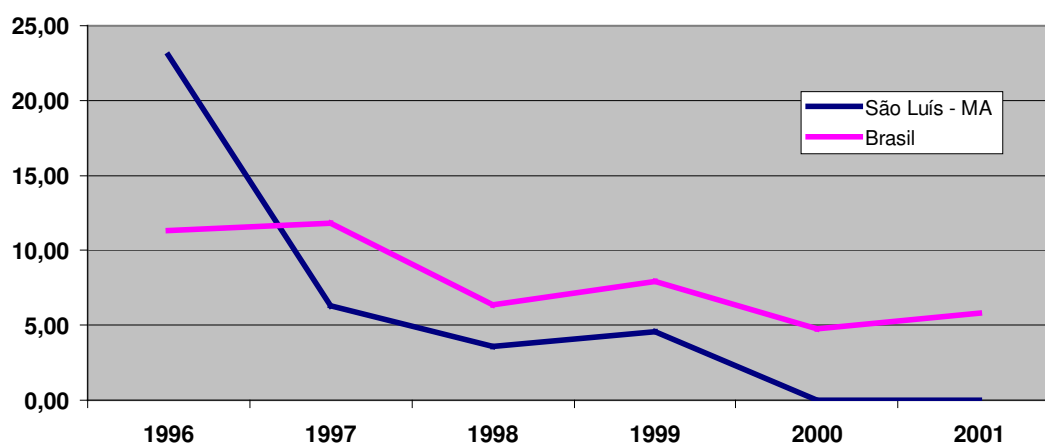
Quadro 51
Percentual de turistas que criticou os táxis no período 1996/2001

Turistas que criticaram os táxis (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	16,20	11,80	5,60	6,52	4,98	4,58	8,28
São Paulo - SP	12,30	10,20	11,40	7,42	2,72	5,00	8,17
Florianópolis - SC	7,60	13,10	6,70	7,14	4,98	6,94	7,74
Foz do Iguaçu - PR	8,60	9,10	1,20	12,22	0,00	13,27	7,40
Salvador - BA	12,10	12,90	9,40	10,88	5,65	7,84	9,80
Recife - PE	11,10	23,50	13,40	10,76	10,61	10,64	13,34
Porto Alegre - RS	2,50	6,30	3,50	4,76	1,91	4,58	3,93
Fortaleza - CE	0,00	11,80	5,70	10,87	6,97	8,43	7,30
São Luís - MA	23,05	6,30	3,59	4,55	0,00	0,00	6,25
Brasil	11,30	11,80	6,40	7,90	4,79	5,82	8,00

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Por sua vez, o gráfico 19 mostra o percentual de turistas estrangeiros que criticou os táxis em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.

Gráfico 19
Turistas que Criticaram os Táxis no Período 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.12. Diversões Noturnas

Dos turistas que visitaram o Brasil em 2001, 3,2% consideraram as diversões noturnas como ruins. Em 2001, nenhum turista criticou as diversões noturnas no pólo turístico de São Luís (MA). Contudo, considerando a média do período 1996/2001, mais uma vez o resultado de São Luís (MA) reflete um nível de insatisfação superior ao da média Brasil. O quadro 52 mostra o percentual de turistas que criticou as diversões noturnas no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando ainda as oito cidades mais visitadas do país e São Luís (MA).

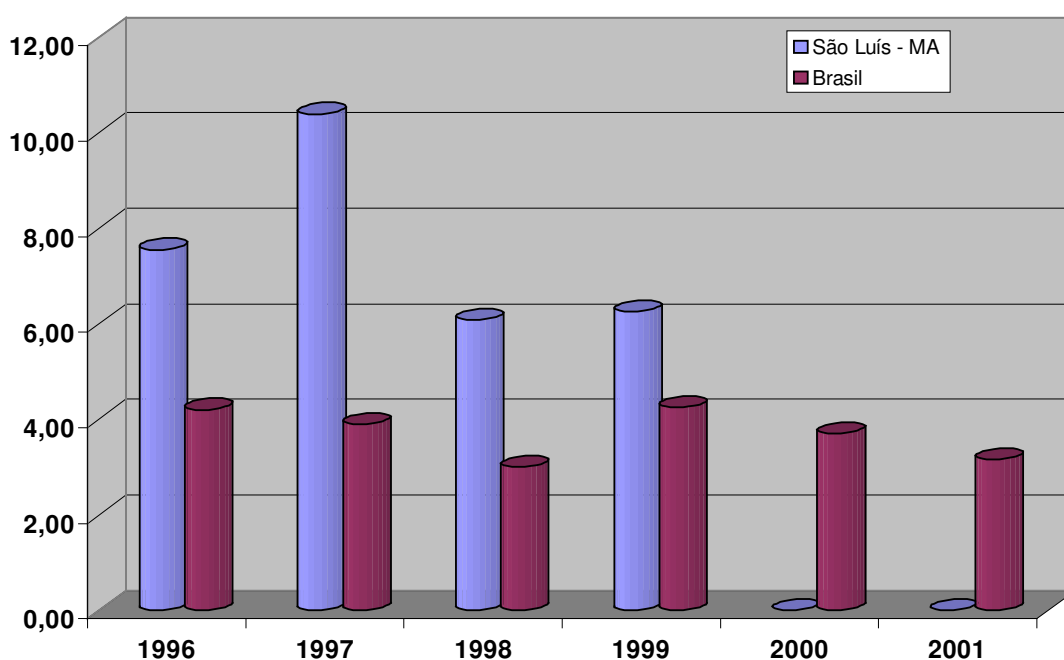
Quadro 52
Percentual de turistas que criticaram as diversões noturnas - 1996/2001

Turistas que criticaram as diversões noturnas (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro - RJ	6,20	4,20	2,20	4,21	2,54	2,21	3,59
São Paulo - SP	2,90	2,20	0,90	2,78	1,50	1,58	1,98
Florianópolis - SC	6,00	13,00	8,20	8,62	2,54	5,26	7,27
Foz do Iguaçu - PR	1,90	0,00	1,80	2,16	0,50	3,21	1,60
Salvador - BA	2,00	3,90	1,00	6,29	3,16	3,64	3,33
Recife - PE	14,00	8,50	7,90	6,52	3,57	7,26	7,96
Porto Alegre - RS	6,00	9,40	0,70	6,48	2,26	5,36	5,03
Fortaleza - CE	0,00	0,00	2,80	4,08	2,54	6,58	2,67
São Luís - MA	7,55	10,39	6,08	6,25	0,00	0,00	5,05
Brasil	4,20	3,90	3,00	4,25	3,70	3,16	3,70

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 20 traz o percentual de turistas de outros países que criticou as diversões noturnas em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.

Gráfico 20
Turistas que criticaram as diversões noturnas 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.13. Comércio

O quadro 53 mostra o percentual de turistas que criticou o comércio no Brasil, nos anos de 1996 a 2001, com a respectiva média do período, discriminando este quesito para as oito cidades mais visitadas do país e para São Luís (MA).

Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com as oito cidades mais visitadas do Brasil, São Luís (MA) é a que possui o maior percentual de insatisfação, o qual atinge 6,98%.

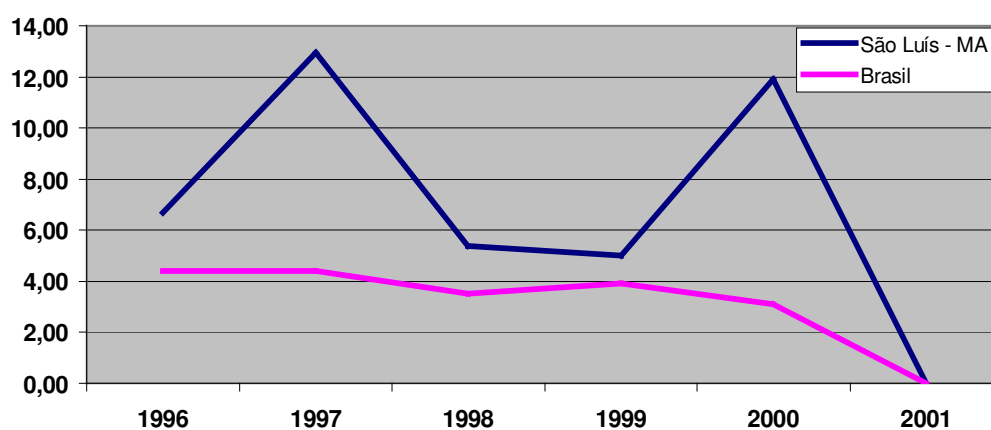
O gráfico 21 traz o percentual de turistas de outras nações que criticou o comércio em São Luís (MA) nos anos de 1996 a 2001, em comparação com a média do Brasil.

Quadro 53
Percentual de turistas que criticou o comércio no período 1996/2001

Turistas que criticaram o comércio (%)							
Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Média
Rio de Janeiro – RJ	7,80	4,90	3,70	3,95	4,27	0,00	4,10
São Paulo – SP	5,30	4,60	3,60	7,27	2,11	0,00	3,81
Florianópolis – SC	6,30	6,60	5,20	0,88	4,27	0,00	3,88
Foz do Iguaçu – PR	1,60	3,80	0,60	1,24	1,23	0,00	1,41
Salvador - BA	6,60	5,40	7,30	4,49	3,25	0,00	4,51
Recife - PE	7,30	11,70	3,90	8,24	2,74	0,00	5,65
Porto Alegre - RS	0,70	1,70	0,70	3,40	1,00	0,00	1,25
Fortaleza - CE	8,00	11,80	5,70	4,26	3,29	0,00	5,51
São Luís - MA	6,67	12,95	5,36	5,00	11,91	0,00	6,98
Brasil	4,40	4,40	3,50	3,92	3,10	0,00	3,22

Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

Gráfico 21
Turistas que criticaram o comércio no período 1996/2001 (%)



Fonte: EMBRATUR (1996 a 2001), SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.14. Atrativos turísticos

O quadro 54 apresenta o percentual de turistas estrangeiros que criticaram os atrativos naturais, o patrimônio histórico/cultural e as manifestações populares no período de 1996 a 2001.

Considerando a média do período 1996/2001 e a avaliação conjunta dos atrativos naturais, do patrimônio histórico/cultural e das manifestações populares, verifica-se que o percentual de turistas estrangeiros que se mostraram insatisfeitos é mínimo, girando em torno de 3%.

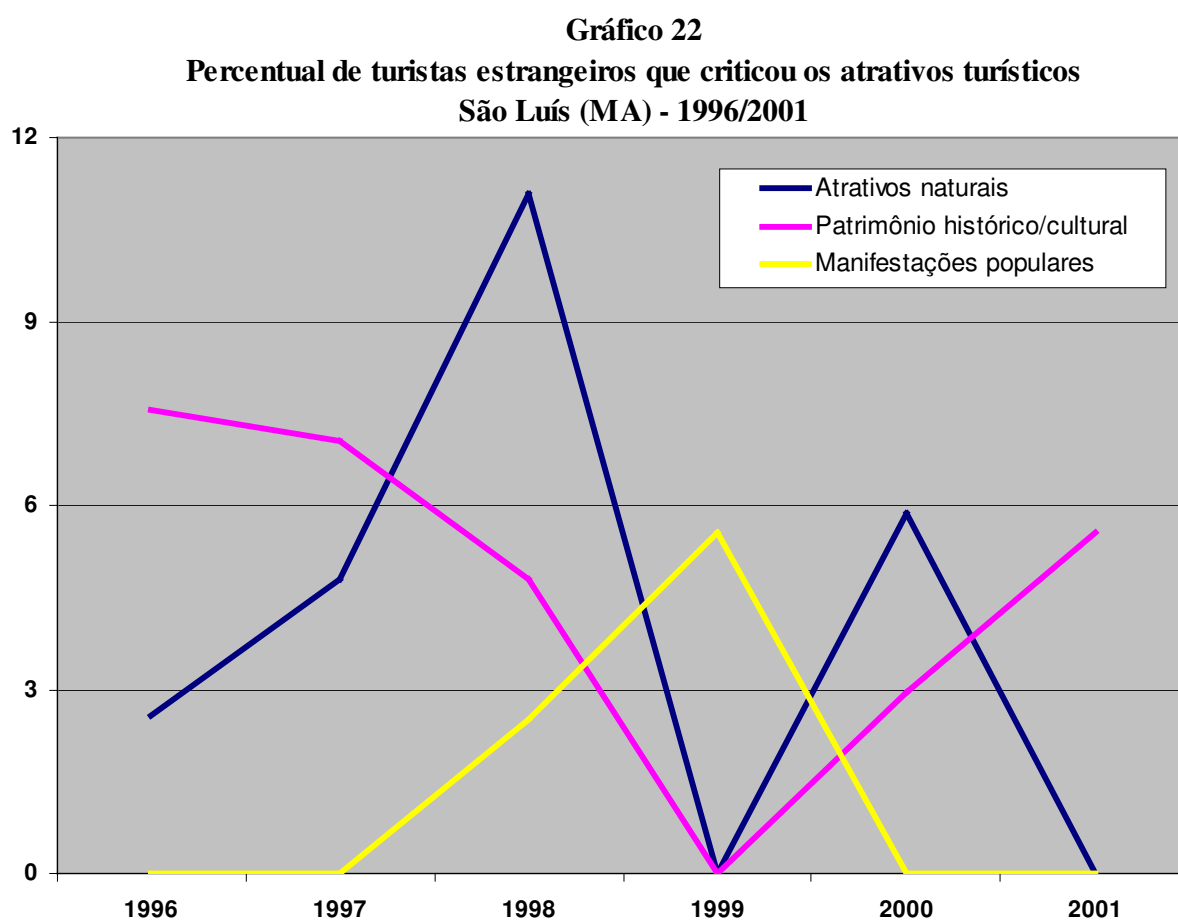
Neste item, no período em questão, o único registro de críticas nos estudos da demanda turística internacional do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) é no ano de 1996, quando 3,6% dos que visitaram o Brasil classificaram os seus atrativos naturais, históricos e culturais como ruins.

Quadro 54
Avaliação dos atrativos turísticos pelos turistas estrangeiros
São Luís (MA) – 1996/2001

Atrativos turísticos	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atrativos naturais	2,57	4,80	11,09	0,00	5,88	0,00
Patrimônio histórico/cultural	7,57	7,06	4,79	0,00	2,95	5,54
Manifestações populares	0,00	0,00	2,50	5,56	0,00	0,00

Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

O gráfico 22 mostra o percentual de turistas estrangeiros que consideraram como ruins os atrativos naturais, o patrimônio histórico/cultural e as manifestações populares, no período 1996/2001, em São Luís (MA).



Fonte: SUDENE (1996 a 2000) e GEPLAN/MA (2001).

3.3.15. Considerações finais sobre a avaliação da infra-estrutura, equipamentos, serviços e atrativos turísticos

Os dados da avaliação do pólo turístico de São Luís (MA) retratam sérios problemas no que diz respeito à sua infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos, que ficam mais evidentes quando as estatísticas da capital maranhense são confrontadas com os resultados obtidos pelas oito cidades mais visitadas pelos turistas estrangeiros no Brasil, dentre as quais, três do litoral nordestino.

Dos treze itens avaliados referentes à infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos, São Luís (MA) teve a pior avaliação em sete, o que equivale a 54% do total. Em 69% dos itens avaliados, São Luís (MA) esteve entre os dois destinos de pior desempenho. Considerando a média do período 1996/2001, em 92% dos casos medidos (doze itens) as avaliações do pólo turístico de São Luís (MA) foram piores do que a média Brasil e somente em um item, avaliação dos táxis, teve melhor desempenho.

Um dos itens mais criticados foi a sinalização turística de São Luís (MA), cujo percentual médio de insatisfação dos turistas estrangeiros, nos anos de 1996 a 2001, foi de 37,39%, estando bem acima da média Brasil. Mesmo com a melhora ocorrida no período supra, ainda foram muitas as críticas no último ano da série, correspondendo a 24,89%. Este item mostra que a leitura urbana de São Luís (MA) não favorece ao turismo, refletindo, de certa maneira, um descaso das autoridades municipais, já que a solução deste problema, não requer grandes investimentos.

Considerando a média do período 1996/2001, o item de maior insatisfação foi a limpeza pública, criticada por mais da metade dos turistas estrangeiros que visitaram São Luís do Maranhão.

As melhoras ocorridas neste quesito não foram suficientes para apagar o quadro dramático da situação, com lixo jogado nas praias e avenidas, e quando São Luís (MA) é comparada com as oito cidades brasileiras mais visitadas pelos turistas estrangeiros, é a que sinaliza o mais alto nível de insatisfação.

Talvez esta seja a questão mais difícil de resolver no pólo turístico de São Luís, pois passa pela ocupação conjunta dos espaços urbanos, que são divididos pelos turistas e pela população local.

Segundo os resultados da avaliação no período 1996/2001, o quesito “comunicações” foi criticado por 13,88% dos turistas estrangeiros, apresentando um desempenho pior que a média nacional que é de 11,96%. Na verdade, os serviços de telefonia e de correios em São Luís (MA) estão abaixo dos padrões nacionais, mas não constituem obstáculos para o desenvolvimento do turismo local. As maiores reclamações estão ligadas ao pequeno número e à destruição de orelhões públicos, cuja solução também passa por campanhas educativas e pela conscientização da população.

Na questão segurança pública, cidades como São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Recife (PE) tiveram uma avaliação mais negativa que a de São Luís (MA). Contudo, considerando a média do período 1996/2001, as críticas dos turistas estrangeiros que demandaram São Luís (MA) foram superiores à do Brasil. Vale ressaltar que neste item, São Luís (MA) teve como pior avaliação o último ano da série estudada, provavelmente pelo aumento da marginalidade, que é uma consequência direta do crescimento da cidade.

O transporte urbano em São Luís (MA) atende principalmente a uma população mais pobre, com padrões de exigência bem menores, que levou as empresas de ônibus a se acomodarem e não investirem em qualidade e conforto.

Considerando a média do período 1996/2001 e comparando com os oito principais destinos turísticos do país, São Luís (MA) apresentou o segundo pior desempenho. A melhora ocorrida no período analisado deve estar relacionada à introdução de um pequeno contingente de novos veículos utilitários e de micro-ônibus, para a realização de transportes alternativos.

Em São Luís (MA), os vários pontos turísticos são muito afastados e o turista se dispersa por uma área muito maior. Dessa maneira, a baixa qualidade do transporte urbano, leva o turista a buscar outras alternativas mais caras, como os táxis e o aluguel de automóveis, ou então evitar o deslocamento, reduzindo seu prazer de estar na cidade. Este problema ainda é mais grave para os turistas que vêm a negócios ou trabalho, precisando realizar inúmeros deslocamentos por dia.

Nos últimos dois anos da avaliação do pólo turístico de São Luís/MA (2000 e 2001), o aeroporto da capital maranhense não foi criticado por nenhum turista estrangeiro, consequência maior da grande reforma sofrida no final da década de 90, onde foram introduzidas três novas pontes de embarque/desembarque, ampla sala de espera com ar refrigerado, trinta lojas comercializando produtos e serviços diversificados, dentre outras benfeitorias, que trouxeram um padrão internacional a essas instalações.

Outro item em que São Luís (MA) apresentou o pior desempenho, quando comparada com as oito cidades mais visitadas no ranking da EMBRATUR, foi “informações turísticas”. A melhora que ocorreu no período 1996/2001, de acordo com a entrevista com a Sub-Gerente de Turismo do Governo do Estado do Maranhão, deve-se principalmente aos treinamentos de qualidade no atendimento e à criação de três postos de informações turísticas na cidade de São Luís (MA).

Contudo, os avanços não foram suficientes para desfazer a imagem negativa deste serviço, que, com toda certeza, ainda está associada ao despreparo da mão-de-obra local, em que pese a receptividade do povo maranhense.

Os recepcionistas de hotéis, guardas, motoristas de ônibus e taxistas, na sua maioria, não sabem dar informações, e o que é mais grave, algumas vezes fazem recomendações inadequadas, que acabam levando ao total descontentamento do visitante. A pesquisa qualitativa da GEPLAN/MA faz referência a vários depoimentos de turistas que reclamam terem sido levados ou deixados em destinos errados.

Outro serviço muito criticado foi o dos guias de turismo de São Luís (MA), cujo percentual médio de insatisfação dos turistas estrangeiros, nos anos de 1996 a 2001, foi de 15,28%, estando bem acima da média Brasil, que foi de 6,82%.

Quando comparada com as oito cidades brasileiras mais visitadas, São Luís (MA) é a que apresentou o maior grau de insatisfação dos turistas estrangeiros no quesito “guias de turismo”. Aqui também se tem um reflexo da baixa qualidade da mão-de-obra que presta os serviços turísticos na capital maranhense.

Mesmo com a substancial melhora verificada nos últimos dois anos da avaliação, na média do período 1996/2001, quando comparada com as oito cidades brasileiras mais visitadas, São Luís (MA) foi a que apresentou o pior desempenho no quesito “meio de hospedagem”. Mais uma vez prevalece uma cultura setorial formada com baixo padrão de qualidade, acostumada a servir turistas, na sua grande maioria, originários de estados vizinhos e do interior do Maranhão, com baixa renda e pouco exigentes.

Todavia, deve-se ressaltar que São Luís (MA) já conta com um conjunto de hotéis de boa qualidade, que se desenvolveu, em grande parte, estimulado por um turismo de negócios que vem ocorrendo ao longo dos anos.

A questão é que, além destes hotéis, existe um grande número de pequenas pousadas funcionando em São Luís (MA), com preços menores, mas por outro lado, com serviços de menor qualidade.

Dada a média do período 1996/2001, quando comparada com as oito cidades mais visitadas do Brasil, na opinião dos turistas estrangeiros, foi São Luís (MA) a que apresentou o maior nível de insatisfação no que se refere aos restaurantes. Isto confirma, que em São Luís (MA), ainda são poucos os restaurantes de qualidade, em que pese a variedade da culinária maranhense.

Segundo a pesquisa qualitativa da GEPLAN/MA realizada em 2001, as reclamações estão muito mais associadas ao preço, ao atendimento e à higiene dos restaurantes, do que à comida propriamente dita.

O problema fica mais sério quando são consideradas as barracas a beira mar e as lanchonetes, onde prevalecem, quase sempre, condições precárias de higiene, além da ausência de lavatórios e banheiros.

A avaliação dos táxis foi a única em que São Luís (MA), no período 1996/2001, foi melhor que a média do Brasil, o que se deve, em grande parte, a boa vontade do maranhense, além dos inúmeros treinamentos viabilizados pela Sub-Gerência de Turismo do Governo do Estado do Maranhão. Entretanto, vale ressaltar a existência de inúmeras reclamações quanto aos preços cobrados pelos taxistas.

Outros dois itens criticados foram as “diversões noturnas” e o “comércio” de São Luís (MA), cujo percentual médio de insatisfação dos turistas estrangeiros, nos anos de 1996 a 2001, foi, respectivamente, de 5,05% e de 6,98%, estando ambos acima da média Brasil.

Estas avaliações confirmam duas realidades: a primeira está ligada ao pequeno número de opções noturnas na cidade de São Luís (MA), principalmente de segunda a quinta-feira; e a segunda está relacionada à falta de integração do setor de artesanato com a atividade turística, mesmo com a existência do Centro de Produção Artesanal do Maranhão (CEPRAMA).

Um ponto importante abordado na entrevista realizada na Sub-Gerência de Turismo do Governo do Estado do Maranhão foi que as agências de viagens maranhenses são principalmente emissivas e de pequeno porte, não conseguindo montar seus próprios produtos turísticos, limitando o turista a poucas opções de lazer na cidade de São Luís.

Por outro lado, o Presidente da ABIH/MA enfatizou a falta de um Centro de Convenções em São Luís (MA), o que poderia dinamizar o turismo nas baixas estações, com o turismo de negócios, congressos e convenções. Criticou ainda o pequeno número de vôos para São Luís (MA), além do preço elevado das passagens aéreas.

Vale destacar que os atrativos turísticos de São Luís (MA) foram muito pouco criticados. Considerando a média do período 1996/2001, somente 3% dos turistas estrangeiros ficaram insatisfeitos. Contudo, não se pode fechar os olhos para as reclamações que existem. Na pesquisa qualitativa da GEPLAN/MA são comuns os relatos de poluição, lixo e esgoto nas praias, de pichações em toda a cidade e de destruição do patrimônio histórico.

É importante citar a considerável redução do nível de insatisfação dos turistas estrangeiros nos últimos três anos, muito provavelmente, como consequência direta da implementação de uma série de ações ligadas ao setor turístico, tanto na esfera federal, quanto na estadual e municipal, tais como: ampliação da infra-estrutura e melhoria da qualidade dos serviços.

Assim, pode-se afirmar que houve um avanço no setor de turismo de São Luís do Maranhão no período avaliado e que as autoridades governamentais, após o diagnóstico estratégico do Plano Maior de Turismo do Maranhão, começaram, de certa forma, a ter consciência de que a falta de infra-estrutura e de qualidade dos serviços locais implicava na redução do número de turistas, principalmente de outros países, e passaram a investir mais nessas áreas.

A limpeza da cidade, que era um clamor de toda a população local e visitante, foi o alvo central da Prefeitura no final de 2002. O órgão responsável pela limpeza pública municipal começou um trabalho exemplar de retirada da sujeira, privilegiando todos os bairros, as avenidas e, principalmente, as praias da cidade.

No ano de 2000, o Governo do Estado do Maranhão, por meio da Gerência de Infra-estrutura, iniciou a implantação de um grande sistema de esgotamento sanitário nas principais praias da capital maranhense, com os primeiros resultados já sendo vistos nas praias da Ponta D'Areia, São Marcos e Olho D'Água.

No que se refere à busca da qualidade dos serviços turísticos, este é o item em que se verifica o maior contingente de ações conjuntas, envolvendo órgãos estaduais, municipais, SEBRAE, SENAC, Faculdades e Universidades da capital maranhense, principalmente no que se refere ao treinamento da mão-de-obra local.

Quanto aos programas de marketing para a imprensa, turistas e investidores, que estão sendo desenvolvidos pelo Governo do Estado do Maranhão, as ações inexpressivas de divulgação do produto turístico local na década de noventa, foram substituídas por campanhas mais arrojadas, como é o caso do *Press Trip* (viagens de familiarização para profissionais dos meios de comunicação) e do apoio à vinda de jornalistas para elaboração de matérias sobre o Maranhão no ano de 2001.

Segundo a Sub-Gerência de Turismo, essas campanhas resultaram na publicação de aproximadamente 200 matérias, além de uma grande quantidade de inserções na mídia eletrônica; e da inserção de tomadas de São Luís (MA) e dos Lençóis Maranhenses em novelas da Rede Globo, com veiculação em todo o Brasil, nos Estados Unidos e em vários países da Europa.

O Governo do Maranhão, além dos recursos estaduais, tem conseguido captar verbas federais, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo do Maranhão. Segundo a Sub-Gerência de Turismo do Maranhão, no período 1996/2001, foram aplicados, em São Luís (MA), aproximadamente 60 milhões de reais do PRODETUR/NE e 75 milhões de Recursos da Receita Estadual. Segundo o Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo do Governo do Maranhão, até 2010, devem ser investidos, pelo setor público, em obras ligadas ao turismo, no pólo turístico de São Luís (MA), mais de 400 milhões de reais.

Contudo, pela análise desenvolvida, também ficou claro que em muitos itens, mesmo com as melhorias ocorridas, o nível de insatisfação do turista ainda permanece elevado, ou seja, é necessário continuar avançando, para que se possa atingir padrões de excelência no contexto nacional e, em seguida, no cenário internacional.

Na verdade, é premente a realização de ações visando a preservação dos atrativos turísticos de São Luís (MA), sob pena de, em curto espaço de tempo, essa riqueza inestimável ter se deteriorado. Para tanto, cabem as seguintes recomendações.

Necessário se faz o desenvolvimento de uma nova cultura ligada à educação da população, que depende, dentre outras coisas, da cooperação de todos os agentes com influência no setor de turismo, como as autoridades estaduais e municipais, entidades de classe e empresas da iniciativa privada, para que juntos possam definir e implementar estratégias que resolvam verdadeiramente o problema do lixo na cidade de São Luís (MA).

É fundamental, que a melhoria de qualidade dos serviços turísticos em São Luís (MA) seja acompanhada de um ganho de produtividade, para que não venha a representar um aumento nos custos e, conseqüentemente, nos preços, até porque, São Luís (MA) conta com uma desvantagem que é a distância dos principais centros emissores de turistas, precisando, para tornar-se competitiva, compensar com produtos turísticos de preços atrativos, como bem foi lembrado na entrevista com a Sub-Gerente de Turismo do Governo do Estado do Maranhão.

Por fim, fica a sugestão de que sejam realizadas, periodicamente, novas pesquisas para a reavaliação e redirecionamento, se for o caso, das estratégias e das políticas utilizadas; bem como a divulgação de São Luís (MA) no exterior, mediado pelas agências de turismo, companhias aéreas, embaixadas do Brasil e redes de televisão.

CAPÍTULO IV – CONCLUSÕES

As principais conclusões, destiladas da análise produzida nos capítulos anteriores, são as seguintes:

São Luís (MA) tem três características que a tornam muito atrativa como ponto de convergência do turismo internacional: disponibilidade de praias com clima agradável e águas mornas; um patrimônio histórico-cultural, que reflete, caracteristicamente, a herança de um Brasil Colônia e Império; e ricas manifestações populares, que vão das festas carnavalescas ao Marafolia, passando pelos festejos juninos do Bumba-meu-boi, o mais marcante do país. Mesmo assim, o turismo é uma atividade nova em São Luís (MA), que por muito tempo passou esquecido ou relegado a um segundo plano pelas autoridades governamentais, as quais somente no final da década de noventa começaram a desencadear ações organizadas e voltadas para o desenvolvimento do setor. Mesmo com as potencialidades existentes, quando comparada aos principais destinos turísticos do país, São Luís (MA) possui uma atividade turística pequena e a atração de estrangeiros é inexpressiva, tendo representado, em média, somente 3% do total de turistas, no período de 1996 a 2001.

O turismo é muito importante para o desenvolvimento econômico, principalmente no que se refere a sua contribuição para o equilíbrio do balanço de pagamentos, geração de empregos e aumento das receitas do governo, apresentando taxas de crescimento significativas nos últimos anos. O número de turistas internacionais no mundo passou de 25 milhões em 1950 para 698 milhões em 2000, com uma taxa média de crescimento 6,9% ao ano, enquanto as receitas com o turismo internacional, no mesmo período, passaram de 2,10 para 477,90 bilhões de dólares, aumentando, em média, a uma taxa de 11,5% ao ano.

A participação do turismo do Brasil no mundo ainda é muito pequena, mas a partir da segunda metade da década de noventa verificou-se uma maior organização do setor, com reflexos positivos no fluxo de turistas e na receita cambial gerada pelo turismo, passando, no período 1995/2000, de 2,0 para 5,3 milhões de turistas, e de 2,1 para 4,2 bilhões de dólares, respectivamente. O grande diferencial do turismo receptivo brasileiro na última década foi a emergência do Nordeste como pólo turístico, do qual faz parte São Luís.

Os atrativos turísticos são o principal fator motivador do turista estrangeiro que visita São Luís (MA), avaliados como ótimo e bom, na maioria dos casos. Por outro lado, as estatísticas mostraram que os serviços nesta cidade, comparados com o dos grandes centros turísticos do Brasil, são geralmente de pior qualidade. E isto se aplica aos hotéis, bares, restaurantes, diversões noturnas, comércio, informações turísticas e guias de turismo, todos muito criticados no período 1996/2001. A qualidade dos serviços está diretamente relacionada com a capacitação da mão-de-obra, que na capital maranhense, de um modo geral, ainda deixa muito a desejar.

Além disso, pela avaliação dos turistas estrangeiros em visita a São Luís (MA), a infra-estrutura de apoio ao turismo foi a que apresentou os maiores níveis de insatisfação, com ênfase nos problemas associados à limpeza pública, sinalização turística e transporte urbano.

A limpeza pública local, quesito que teve a pior avaliação, foi criticada por mais de 50% dos turistas estrangeiros, considerando a média do período 1996/2001. Ao longo dos anos, as praias de São Luís (MA) vêm sendo o destino de grande parte do esgoto da cidade, que, em muitos locais, caminha a céu aberto para dentro do mar. O sistema de saneamento da cidade ainda é muito precário e a qualidade da água deixa muito a desejar.

O descaso com a sinalização turística, criticada por 37,39% dos turistas internacionais e a ausência de investimentos visando a melhoria da qualidade e do conforto nos ônibus urbanos, com 16,61% de insatisfeitos, ampliam ainda mais as dificuldades existentes.

A atividade turística é por demais complexa e diversificada, influenciando e sendo influenciada por vários segmentos da economia. E, nesse contexto de re-significação do turismo em São Luís (MA), torna-se premente que a intervenção do governo e da iniciativa privada, sejam, a partir de agora, sistemáticas e permanentes, numa perspectiva de melhoramento contínuo e de conformidade com os padrões internacionais.

O governo, nos seus vários níveis (federal, estadual e municipal), as entidades de classe e a iniciativa privada, em um amplo processo de cooperação, devem continuar realizando investimentos neste importante segmento e dando seqüência a uma reestruturação do turismo local, para que assim, São Luís possa competir internacionalmente, atraindo os participantes de um mercado de maior potencial que é o turista globalizado, com maior renda e que realiza maior gasto, mas que, em compensação, é mais exigente e acostumado com um padrão de bom atendimento.

A verdade é que enquanto persistirem as deficiências na infra-estrutura e serviços de baixa qualidade, São Luís não conseguirá posição de destaque no turismo receptivo, principalmente pela tendência de aumento da competição entre os destinos turísticos e pela, cada vez maior, experiência e discernimento dos consumidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, Miguel Angel. **Administração do turismo**. 4. ed. v.1, São Paulo: EDUSC, 2002.
- ACERENZA, Miguel Angel. **Administração do turismo**. 5. ed. v. 2, São Paulo: EDUSC, 2003.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo, fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2002.
- ANSARAH, Marília Gomes R. (Org.). **Turismo segmentação de mercado**. 5. ed. São Paulo: Futura, 1999.
- BACEN – Banco Central do Brasil. **Boletim do Banco Central do Brasil**. Brasília: BACEN, 1999/2001.
- BANCO DO NORDESTE. **Política do Banco do Nordeste para o desenvolvimento do turismo**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1999.
- BAPTISTA, Mário. **O turismo na economia: uma abordagem técnica, econômica, social e cultural**. Lisboa: Ed. Instituto Nacional de Formação Turística, 1990.
- BARBOSA, Jenny D. e TEIXEIRA, Rivanda, M. Avaliação do produto turístico em Sergipe: formulação de estratégias para o setor. **Turismo em análise**. São Paulo: v.10, n. 1, p. 28 – 46, maio 1999.
- BARBOSA, Ycarim Melgaço. **O despertar do turismo – um olhar crítico sobre os não lugares** – São Paulo: Aleph, 2001.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 1995.
- BELTRÃO, Otto. **Turismo: a indústria do século XXI**. São Paulo: Papirus, 1999.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 7. ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- BLANCHARD, Olivier. **Macroeconomia**. São Paulo: Campus, 1999.
- BOULLON, Roberto C. **Los municipios turísticos**. 3. ed. México: Trilhas, 1999.
- BRASIL. **Diretrizes do programa nacional de municipalização do turismo**. Brasília: MICT, 1997.

- BRASIL. **Política nacional de turismo 1996-1999: principais diretrizes, estratégias e programas.** Brasília: MICT, 1996.
- BURKART, A. J., MEDLICK, S. *Tourism: past, present and future.* 2. ed. Londres: CONDRIS, 1981.
- CAMARGO, Haroldo L. **Fundamentos multidisciplinares do turismo: história.** In: TRIGO, Luiz G. G. Como aprender turismo e como ensinar. São Paulo: SENAC, 2001.
- CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** São Paulo: Cortez, 1991.
- COOPER, Chris, FLETCHER, John, WANHILL, Stephen, GILBERT, David, SHEPHERD, Rebecca. **Turismo: princípios e prática.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- DIAS, Reinaldo, AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições.** São Paulo: Editora Alínea, 2002.
- DORNBUSCH, Rudiger, FISHER, Stanley. **Macroeconomia.** São Paulo: McGraw Hill, 5.ed. 1991.
- EATON, B. C., EATON, D. F. **Microeconomia.** São Paulo: Saraiva, 1999.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Anuário estatístico.** Brasília: EMBRATUR, 1996/2001.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Conta satélite de turismo.** Brasília: EMBRATUR, 2001.
- EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo. **Estudo da demanda turística internacional.** Brasília: EMBRATUR, 1996/2001.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Estudo econômico-financeiro dos meios de hospedagem e parques temáticos no Brasil.** Brasília: EMBRATUR, 1999.
- FEIJÓ, Carmem A., RAMOS, Roberto L. O., YOUNG, Carlos E. F., LIMA, Fernando C. O., GALVÃO, Olímpio J. A. **Contabilidade social.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Estudo do mercado interno do turismo.** Brasília: EMBRATUR, 1998 e 2001.
- GOLDMANN, Lucien. **Dialética e cultura.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos.** São Paulo: Contexto, 2001.

- IGNARRA, Luis Renato. **Fundamentos do turismo** – São Paulo: Pioneiras, 1999.
- IRVING, Marta de Azevedo, AZEVEDO, Julia. **Turismo: o fio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.
- KENEN, Peter B. **Economia internacional: teoria e política**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2001.
- KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. **Economia internacional: teoria e política**. São Paulo: Makron Books, 4.ed. 1999.
- LAGE Beatriz Helena G., MILONE Paulo César. **Economia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1996.
- LAGE, Beatriz Helena G., MILONE Paulo César (Org). **Turismo teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LEMONS, Leandro de. **Turismo: que negócio é esse? Uma análise da economia do turismo**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2001.
- LICKNISH, Leonard I., JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- MAGALHÃES, Claudia Freiras. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.
- MAIA, Jayme M. **Economia internacional e comércio exterior**. São Paulo: Atlas, 5.ed. 1999.
- MARANHÃO. **Pesquisa do perfil do turista em São Luís (MA)**. São Luís: GEPLAN/MA, 2001.
- MARANHÃO. **Plano de desenvolvimento integral do turismo no Maranhão**. São Luís: GEPLAN/MA, 2000.
- MARATUR – Empresa Maranhense de Turismo. **O turismo em São Luís: uma contribuição aos investidores**. São Luís: MARATUR, 1997.
- MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: ATLAS, 1999.
- MARINO, José Ernesto. **Tendências dos pólos turísticos e mercado de resorts**. In: LAGE, Beatriz H. G., MILONE, Paulo César (Org.) **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: ATLAS, 2000.

- MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- MOLINA Sergio E. *Planificación integral del turismo: un enfoque para latinoamérica*. 2. ed. México: Trilhas, 1999.
- MONTEJANO, Jordi M. **Estrutura do mercado turístico**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.
- MOSER, Giancarlo, MULLER Sálvio Alexandre (Org). **Sociologia aplicada ao turismo, subsídios para estudos**. Santa Catarina: ASSESLVI, 2001.
- OMT - Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: ROCA, 2001.
- PAIVA, Maria das Graças M. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Papirus, 1995.
- PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. 6. ed. São Paulo: Futura, 2002.
- RABAHY, Wilson Abrahão. **Planejamento do turismo: estudos econômicos e fundamentos econométricos**. São Paulo: Edições Loyola, 1990.
- ROLIM, Zionam E. L. **Turismo no Brasil: crescimento do turismo doméstico, concentração regional e emergência do pólo nordestino**. In: LIMA, João Policarpo (Org.) Economia e Região. Recife: Editora Universitária - UFPE, 1999.
- ROLIM, Zionam E. L. **Modelos para o setor de turismo e a caracterização do caso do Estado do Pernambuco**. Texto para discussão N. 371. Recife: Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 1996.
- RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 8. ed. São Paulo: Papirus, 1997.
- SEBRAE. **Programa turismo com qualidade para micro e pequenas empresas**. Brasília: SEBRAE, 2000.
- SIMONSEN, Mário H., CISNE, Rubens P. **Macroeconomia**. São Paulo: ATLAS, 1995.
- SUDENE. **Pesquisa do perfil do turista do nordeste**. Recife: SUDENE, 1996/2000.
- SUDENE. **Boletim conjuntural**. Recife: SUDENE, 1999.
- SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: gestão e marketing**. 2. ed. v.4. São Paulo: Aleph, 2000.
- SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: meio ambiente e economia**. 2 ed. v. 2. São Paulo: Aleph, 2000.

- THEOBALD, William F. (org). **Turismo global**. São Paulo: SENAC, 2001.
- TRIGO, Luis Gonzaga G. **Turismo básico**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 1999.
- TRIGO, Luis Gonzaga Godoy. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 1998.
- TRIGO Luis Gonzaga G. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. Campinas: Papirus, 2002.
- VARGAS, Heliana C. Turismo e valorização do lugar. **Turismo em análise**. São Paulo: v.9, n.1, p. 7 – 19, maio 1998.
- WAHAB, S. **Introdução à administração do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.
- WTTC – World Travel and Tourism Council. *Travel and tourism: a new economic perspective*. Brussels: WTTC, 1996.