

3.11. Perfil do Turista

O objetivo deste capítulo é analisar a evolução histórica da visitação na área objeto de estudo, descrevendo o perfil socioeconômico da demanda turística e analisando suas preferências em relação aos equipamentos e serviços turísticos disponíveis. Faz-se necessário também, avaliar qualitativamente a infra-estrutura urbana existente no pólo e o nível de satisfação do turista durante sua experiência turística na região.

As principais fontes de dados para a identificação da demanda na área objeto de estudo foram as pesquisas de turismo receptivo realizadas pela Empresa de Turismo da Bahia – BAHIATURSA, nos municípios de Lençóis, Mucugê e Rio de Contas – destinos turísticos onde se situam a maior parte da oferta técnica turística regional. Os dados do ano 2000 para os municípios de Lençóis e Mucugê referem-se ao valor acumulado no ano. Já para Rio de Contas no ano de 2000, são utilizados dados referentes à pesquisa do mês de janeiro.

Desta forma, esclarece-se que o perfil do turista aqui caracterizado é representativo do visitante de toda a área objeto de estudo, configurando-se numa excelente ferramenta analítica. Assim, os quadros visam demonstrar o perfil médio dos turistas que viajam ao Pólo Turístico Chapada Diamantina, bem como seus interesses, suas condições de viagem e sua avaliação da região.

A metodologia aplicada pela Bahiatursa consistiu em entrevistas a turistas na saída das cidades, nos terminais rodoviários e no aeroporto, numa amostragem aleatória por conveniência. Foram considerados turistas aqueles que permaneciam pelo menos 24 horas na região e não mais do que um ano, sem que seja exercida qualquer atividade remunerada, conforme a denominação de “Turismo Receptivo” da Organização Mundial de Turismo – OMT.

3.11.1. Evolução

Segundo Léda⁵⁰ (1995: 97), o turismo na Chapada Diamantina tem como ícone inicial o tombamento do patrimônio histórico-arquitetônico de Lençóis, em 1973, com uma visitação principalmente regional. Para o autor, aos poucos a incipiente demanda turística começa a crescer, tendo como cidades emissoras Brasília e Goiânia. Era formada, basicamente, por representantes de firmas ou turistas de férias que, mais pela conveniência locacional do que por seus atrativos, escolhiam Lençóis para pernoite, rumo às capitais ou em busca das praias do Nordeste, via BR-242. Ainda neste período, enceta-se uma visitação da classe média universitária proveniente de Salvador que se extrapola a partir dos anos 1980.

50 Léda, Renato L. M. *A Sedução da Paisagem: A Chapada Diamantina e o Turismo Ecológico*. Dissertação de Mestrado apresentada à FFLCH da USP. São Paulo, 1995.

Desde então a região passou a ter cada vez mais evidência no cenário nacional, com a criação do Parque Nacional da Chapada Diamantina em 1985 e com diversas matérias sendo publicadas em revistas de curiosidades geográficas, viagens e turismo e, posteriormente, pela televisão. Neste sentido, Léda (1995: 98) ressalta a primeira reportagem sobre a região exibida na grande mídia, em 1987, já sob o enfoque do turismo ecológico e que causou um inesperado impacto na atração de visitantes nos feriados que se seguiram, como pode ser demonstrado pelo relato de uma moradora de Lençóis:

“(...) até o grande dia D em que a Globo resolveu chegar aqui para fazer uma reportagem e aí foi a maior tragédia que aconteceu aqui. (...) faltavam ovos, verduras e era impossível encontrar um pedaço de carne”.

De fato, foi somente a partir dos anos de 1990 que os municípios da Chapada Diamantina começaram a se preparar para o desenvolvimento do turismo, se estruturando e recebendo uma demanda crescente, visualizado no quadro que segue.

Gráfico 3.11.1. Evolução da demanda turística em Lençóis (em mil *pac*)

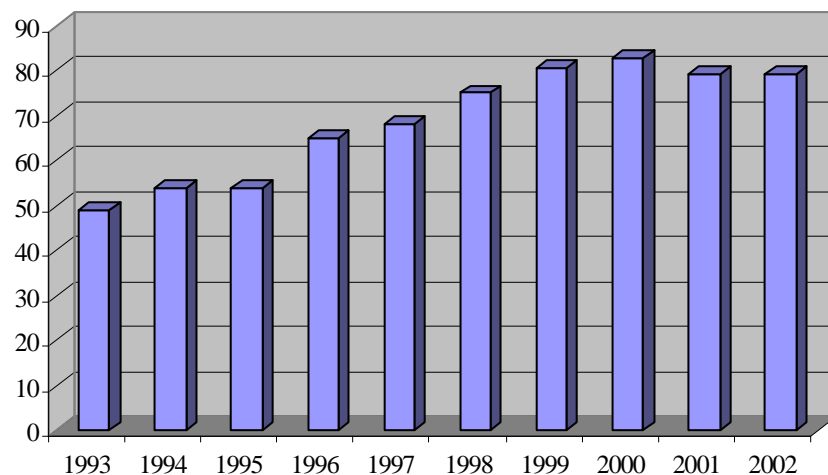


Tabela 3.11.1. Evolução da demanda turística em Lençóis (em mil *pac*)

	Ano										Crescimento 1993/2002
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*	
Número de turistas	49,12	53,86	53,72	65,14	67,96	75,06	80,74	83,00	79,41	79,41	30,29
Crescimento (%)	-	9,6	-0,3	21,3	4,3	10,4	7,6	2,8	-4,3	0,0	61,7

Fonte: Bahiatursa, 2001

De fato, o crescimento apresentado nos últimos nove anos foi de 51,28%, passando de pouco mais de 49,12 mil turistas em 1993 para 74,31 mil estimados em 2002. Destaca-se a queda do número de turistas entre 2000 e 2001, que foi de 9,57%. De acordo com os dados fornecidos pela Bahiatursa, a região do Estado da Bahia que obteve o maior crescimento do número de turistas, entre 1993 e 2000, foi a região de Porto Seguro (crescimento de 95,6%), seguida da região de Morro de São Paulo e Valença (crescimento de 92,9%) e da região de Ilhéus (crescimento de 85%).

3.11.2. Procedência

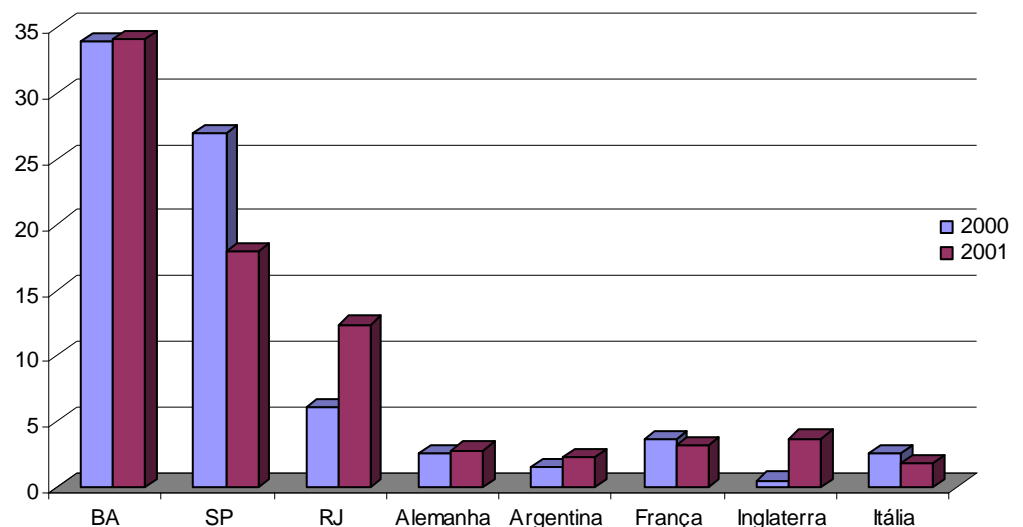
Tabela 3.11.2. Procedência da demanda turística

Município	1998 (%)		2000 (%)	
	Estrangeiro	Nacional	Estrangeiro	Nacional
Lençóis	16,3	83,7	17,8	82,2
Mucugê	0,0	100,0	5,0	95,0
Rio de Contas	0,0	100,0	0,0	100,0

Fonte: Bahiatursa, 2002

O percentual de turistas de origem interacional em Lençóis passou de 16,3% em 1998 para 17,8% em 2000. Tal fato também ocorreu em Mucugê, onde a tendência de crescimento percentual da demanda internacional também foi acentuada, saindo de 0% em 1998 para 5,0% dois anos mais tarde. Já em Rio de Contas não foi indicada a visita expressiva de turistas internacionais. Cabe destacar que os turistas que visitam os municípios de Rio de Contas e Mucugê possuem um perfil de turista regional, sendo que é o município de Lençóis o portão de entrada do turismo na região da Chapada Diamantina.

Gráfico 3.11.2. Procedência da demanda turística em Lençóis (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.3. Procedência da demanda turística - Lençóis (%)

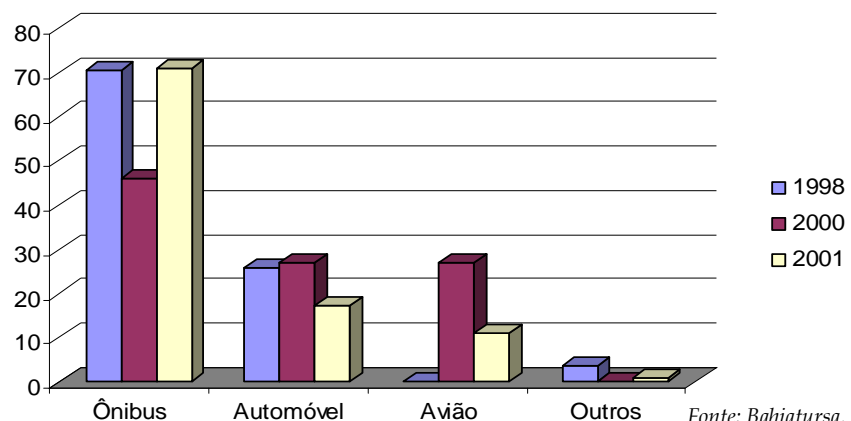
Município	2000	2001
Bahia	34,0	34,1
São Paulo	26,9	18,0
Rio de Janeiro	6,1	12,4
Outros	15,2	12,9
Demanda nacional	82,2	77,4
Alemanha	2,5	2,8
Argentina	1,5	2,3
França	3,6	3,2
Inglaterra	0,5	3,7
Itália	2,5	1,8
Outros	7,2	8,8
Demanda internacional	17,8	22,6

Fonte: Bahiatursa, 2002

Segundo a Bahiatursa, os turistas internacionais que visitam a Chapada Diamantina são procedentes em sua maioria da Europa. Cerca de 3,7% dos turistas em Lençóis vêm da Inglaterra, cerca de 3,2% da França e aproximadamente 2,8% da Alemanha (2001). Já em Mucugê (julho de 2000), os turistas franceses e italianos representam 3,6% do total de turistas cada um. Percebe-se que o fluxo de turistas internacionais vem aumentando paulatinamente na região de Lençóis, passando de 16,3% em 1998 para 22,6% em 2001, segundo pesquisa de turismo receptivo da Bahiatursa.

Já os visitantes nacionais são procedentes, em sua maioria, do próprio Estado da Bahia, com 34,1% dos turistas de Lençóis, 46,7% em Mucugê e 66,7% em Rio de Contas. Após estes, seguem os provenientes de São Paulo, com 26,9%, 25% e 19,1% da demanda em Lençóis, Mucugê e Rio de Contas, respectivamente. Salienta-se que estes dois mercados emissores são responsáveis por mais de 50% da demanda turística da Chapada Diamantina devido à proximidade – no caso da Bahia, e ao poder de compra relacionado ao Estado de São Paulo.

3.11.3. Meios de Transporte

Gráfico 3.11.3. Meios de transporte utilizados pela demanda turística em Lençóis (%)

Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.4. Meios de transporte utilizados pela demanda turística em Lençóis (%)

Município	1998	2000	2001
Ônibus	70,5	46,2	71
Automóvel	25,9	26,9	17,1
Avião	-	26,9	11,1
Outros	3,6	-	0,9

Fonte: Bahiatursa, 2002

Em relação ao meio de transporte utilizado para se chegar ao destino, destaca-se em Lençóis o elevado número de visitantes de ônibus – com 71%, seguido dos que usaram o automóvel – com 17,1%, e o avião com 11,1%. Tal fato decorre porque este município é o “portão de entrada” à Chapada Diamantina e onde estão localizados a maioria dos prestadores de serviços turísticos da região – como agências, guias, locadoras etc. Ou seja, após chegar em Lençóis o visitante pode fazer diversos *tours*, locar um veículo ou até fazer travessias de *trekking*.

Como já citado no capítulo 3.3. Infra-estrutura no sub-item de transportes (3.3.3.2. Transporte Aéreo), o fluxo de passageiros no Aeroporto Coronel Horácio de Mattos em Lençóis apresentou, desde a sua inauguração em 1998, um crescimento de 265,6% de 1998 para 1999, de 135% de 1999 para o ano 2000, e um decréscimo de cerca de 18% entre 2000 e 2001. Vê se pelos números, que a construção do aeroporto em Lençóis, com recursos advindos PRODETUR/NE I, criou novas perspectivas para o turismo na região da Chapada Diamantina, haja vista que o aeroporto comporta aeronaves de maior porte e que atualmente recebe um fluxo de vôos regulares.

Em Mucugê e Rio de Contas, a maioria dos visitantes utiliza-se do automóvel (61,7% no primeiro e 71,4% no segundo), provavelmente porque são provenientes, em sua maioria, do próprio Estado da Bahia.

Cabe destacar também que a maioria dos turistas estrangeiros chega à Chapada Diamantina por meio de ônibus. No ano de 2000 esse tipo de transporte foi utilizado por cerca de 80% do fluxo internacional de turistas e em 2001 por 93,8%.

3.11.4. Tipo de Alojamento

Tabela 3.11.5. Tipo de alojamento

Município	1998 (%)			2000 (%)		
	Hotel Classificado	Hotel Não Classificado	Extra-Hoteleiro	Hotel Classificado	Hotel Não Classificado	Extra-Hoteleiro
Lençóis	19,9	54,2	25,9	36,5	39,1	24,4
Mucugê	43,5	26,1	30,4	6,7	58,3	35,0
Rio de Contas	33,3	44,5	22,2	29,0	59,5	11,5

Fonte: Bahiatursa, 2002

Em Lençóis a maioria dos visitantes – cerca de 75% permanecem em equipamentos de hospedagem, como hotéis ou pousadas, podendo-se averiguar o crescimento significativo, entre os anos analisados, dos turistas que se alojamem em hotéis classificados, número que passou de 19,9% para 36,5%. Tal fato decorre, sobretudo, pelo aumento da oferta deste tipo de alojamento no município.

Já em Mucugê e Rio de Contas pode-se perceber o movimento inverso, ou seja, a diminuição da demanda hospedada em hotéis classificados, com o conseqüente crescimento do uso de hotéis não classificados.

3.11.5. Forma de Organização da Viagem

Tabela 3.11.6. Forma da organização da viagem em 2000 (%)

Município	Espontânea	Agência de Viagem
Lençóis	77,2	22,8
Mucugê	95,0	5,0
Rio de Contas	97,6	2,4

Fonte: Bahiatursa, 2002

Como pode-se verificar pela Tabela 3.11.6, tanto em Lençóis – com cerca de 77%, como em Mucugê e Rio de Contas – com 95% e 97,6% respectivamente, a maioria dos turistas não utiliza-se dos serviços de agências de viagem, visitando a região de forma espontânea. Cabe destacar, entretanto, que o percentual de turistas que viajaram desta forma para Lençóis caiu de 96,4%, em 1998, para 77,2%, em 2000, voltando a subir para 92,6% em 2001.

Esse aumento da participação das viagens organizadas por agências de viagens e turismo (operadoras) deve-se ao fato que o destino Chapada Diamantina vem sendo gradativamente mais trabalhado pelo *trade* turístico, sobretudo após inauguração do Aeroporto Coronel Horácio de Mattos em Lençóis em 1998.

Nota-se, por fim, que o percentual de turistas que utiliza serviços de agências para seguir até a Chapada é ligeiramente maior entre os turistas nacionais do que entre os estrangeiros (7,7% contra 6,1% em Lençóis no ano de 2001).

3.11.6. Características Socioeconômicas

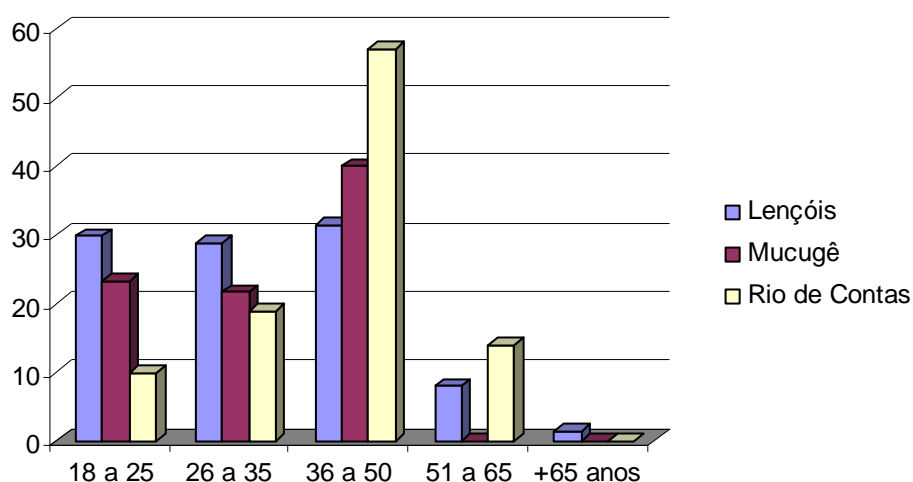
Tabela 3.11.7. Sexo dos visitantes em 2000 (%)

Município	Masculino	Feminino
Lençóis	51,3	48,7
Mucugê	51,7	48,3
Rio de Contas	64	36

Fonte: Bahiatursa, 2002

No Pólo Turístico Chapada Diamantina há uma leve predominância de visitantes do sexo masculino, com uma variação média dos turistas em cerca de 51,5% para homens e 48,5% para pessoas do sexo feminino.

Gráfico 3.11.4. Faixa etária dos visitantes em 2000 (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.8. Faixa etária dos visitantes em 2000 (%)

Município	18 a 25	26 a 35	36 a 50	51 a 65	+65 anos	Idade Média
Lençóis	29,9	28,9	31,5	8,1	1,5	34 anos
Mucugê	23,3	21,7	40	nd	nd	37 anos
Rio de Contas	10	19	57	14	-	41 anos

Fonte: Bahiatursa, 2002

Como pode ser verificado na tabela 3.11.8, as faixas etárias que concentram maior número de turistas na Chapada Diamantina está entre 36 e 50 anos e entre 18 e 25 anos de idade. No município de Lençóis, destaca-se a presença de pessoas com idade entre 18 e 35 que representam 58,8% do total de turistas. Desta forma, a idade média nos municípios pesquisados situa-se entre 34 e 41 anos de idade.

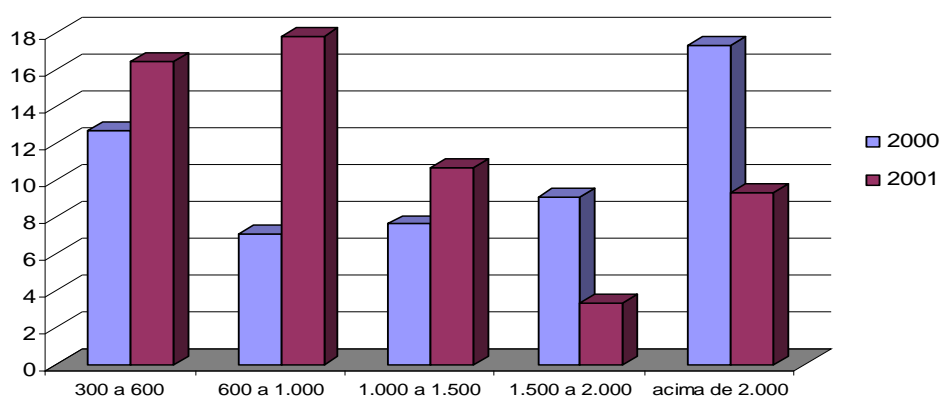
Tabela 3.11.9. Ocupação principal dos visitantes em 2000 (%)

Município	Estudante	Professor	Comerciário	Engenheiro	Empresário	Funcionário Público
Lençóis	21,3	15,2	9,1	4,6	4,6	-
Mucugê	16,7	-	10,0	-	-	8,3
Rio de Contas	-	10	14	-	12	19

Fonte: Bahiatursa, 2002

Quanto à ocupação principal dos visitantes à região objeto de estudo, nota-se que tanto em Lençóis como em Mucugê há a predominância de estudantes com 21,3% e 16,7% respectivamente, seguida de professores no primeiro e de comerciários no segundo. Em Rio de Contas predomina a presença de funcionários públicos com 19%, comerciários com 14% e professores com 10%.

Gráfico 3.11.5. Renda dos visitantes de Lençóis (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.10. Renda dos visitantes de Lençóis (%)

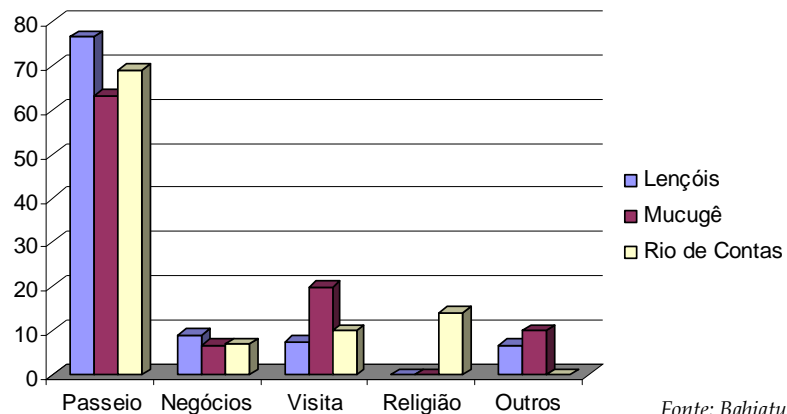
Faixa de renda (US\$ 1.000)	2000	2001
300 a 600	12,7	16,4
600 a 1.000	7,1	17,8
1.000 a 1.500	7,6	10,7
1.500 a 2.000	9,1	3,3
acima de 2.000	17,3	9,3
Renda média	US\$ 1.544,00	US\$ 1.101,00

(Fonte: Bahiatursa, 2002)

A renda média dos turistas da Chapada Diamantina sofreu um decréscimo entre 2000 e 2001, baixando de US\$ 1.544,00 para US\$ 1.101,00 por mês, entretanto, ainda pode ser considerada bastante elevada se comparada com o padrão de vida nacional. A faixa de maior renda (acima de US\$ 2.000,00), segundo as pesquisas de demanda turística da Bahiatursa, diminuiu sua participação, caindo de 17,3% em 2000 para 9,3% em 2001. A faixa de renda que mais cresceu no mesmo período é a dos visitantes que declararam possuir rendimentos mensais entre US\$ 300,00 e US\$ 1000,00.

3.11.7. Marco de Motivação

Gráfico 3.11.6. Marco de motivação dos visitantes em 2000 (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.11. Marco de motivação dos visitantes em 2000 (%)

Município	Passeio	Negócio	Visita	Religião	Outros
Lençóis	76,6	9,1	7,6	-	6,7
Mucugê	63,3	6,7	20	-	10
Rio de Contas	69	7	10	14	-

Fonte: Bahiatursa, 2002

Como pode-se verificar pela tabela 3.11.11, a grande maioria dos visitantes da Chapada Diamantina vai à região para passeio, ou seja, lá desenvolvem atividades relacionadas essencialmente ao lazer. Dentre os que vão a passeio a motivação principal é a visita aos atrativos naturais, citados por 93,4% e 89,5% dos entrevistados em Lençóis e Mucugê, respectivamente.

3.11.8. Estadia Média

Tabela 3.11.12. Estadia média (dias/pessoa)

Município	1998		2000		2001	
	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros
Lençóis	5,66	7,04	6,77	7,17	6,8	7,2
Mucugê	4,70	0,0	6,16	9,33	n/d	n/d
Rio de Contas	3,81	0,0	4,0	0,0	n/d	n/d

Fonte: Bahiatursa, 2002

Em relação ao tempo médio de estadia na região objeto de estudo, os turistas estrangeiros em Lençóis permanecem um pouco mais do que os brasileiros, mas ambos ficam cerca de uma semana no município. Já em Mucugê há um grande diferença entre os visitantes nacionais – com uma estadia média de 6,16 dias, e os internacionais – que é de 9,33 dias.

É importante destacar-se que além da permanência média poder ser considerada elevada, ela vem aumentando desde 1998 nos dois mercados consumidores. Ressalta-se, ainda, que o visitante que permanece o maior período de tempo na região é o que se hospeda em equipamentos extra-hoteleiros – cerca de 10 dias em Lençóis e 13 dias em Mucugê, seguido do que se aloja em hotéis não classificados – 6,39 dias no primeiro e 2,37 dias no segundo.

3.11.9. Gasto Médio

Tabela 3.11.13. Gasto médio diário individual (US\$ 1,00)

Município	1998		2000		2001	
	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros
Lençóis	22,50	26,69	28,20	16,31	21,8	19,1
Mucugê	16,96	-	10,50	7,57	n/d	n/d
Rio de Contas	16,75	-	15,00	-	n/d	n/d

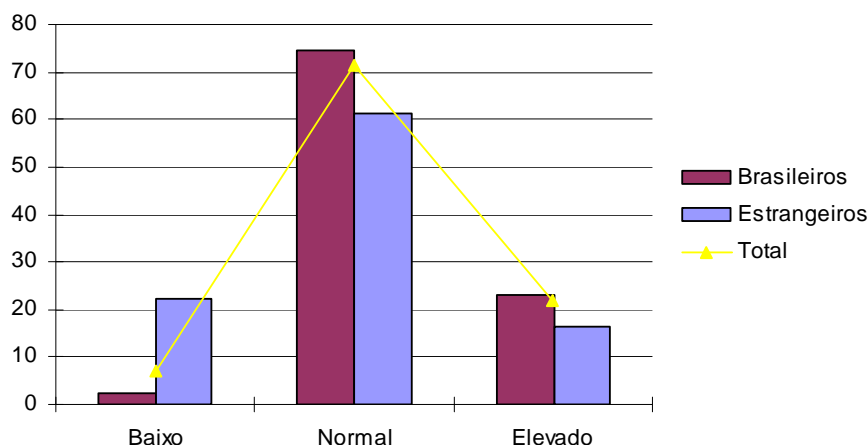
Fonte: Bahiatursa, 2002

No município de Lençóis, o gasto médio dos turistas é bastante superior ao observado em Mucugê e Rio de Contas nos últimos anos. Salienta-se que esse maior gasto *per capita* ocorre justamente nos município do Pólo Turístico Chapada Diamantina onde a atividade turística já se encontra mais desenvolvida em termos de oferta técnica, podendo oferecer ao turista variados serviços de turismo receptivo ainda não disponíveis em qualidade ou em quantidade nos outros municípios do pólo.

A média de gastos diário individual no município de Lençóis caiu ligeiramente nos últimos anos – decrescendo de US\$ 22,90 em 1998 para US\$ 21,10 em 2001. Dentro do mesmo período, todavia, houve um relativo incremento nos gastos diários *per capita*, que chegou aos US\$ 29,00 no ano de 1999. Tal aumento ocorreu, em grande parte, devido à crise cambial ocorrida no início o ano de 1999, quando os destinos internacionais tornaram-se mais caros repentinamente, o que gerou alguns benefícios para o turismo doméstico. Mesmo com a vantagem cambial propiciada aos turistas estrangeiros, foram os turistas brasileiros os que apresentaram maior gasto médio diário no município de Lençóis para o ano de 2001.

3.11.10. Percepção do Destino

Neste item, serão analisadas questões relativas à forma com que o destino turístico da Chapada Diamantina é percebido pelos seus turistas sobre aspectos da infra-estrutura urbana, dos atrativos e dos equipamentos turísticos, bem com dos preços praticados. A análise detalhada desses dados permite conhecer quais são as deficiências do produto turístico da Chapada Diamantina e, desta forma, estabelecer as prioridades de investimento por parte do Poder Público no tocante ao desenvolvimento turístico.

Gráfico 3.11.7. Avaliação quanto ao nível dos preços – Lençóis 2001 (%)

Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.14. Avaliação quanto ao nível dos preços – Lençóis 2001 (%)

	Baixo	Normal	Elevado
Brasileiros	2,4	74,4	23,2
Estrangeiros	22,4	61,2	16,3
Total	6,9	71,4	21,7

Fonte: Bahiatursa, 2002

Em relação aos preços praticados no município de Lençóis, os turistas brasileiros mostraram-se mais sensíveis aos preços – cerca de 23% dos turistas acharam que os preços cobrados são elevados e, apenas 2,4% consideraram os preços como baixos. Já entre os estrangeiros, aproximadamente 23% dos turistas acharam que os preços cobrados são baixos e 16,3% os consideraram como elevados. De forma geral, 70% dos turistas consideraram que os preços praticados são normais.

Tabela 3.11.15. Avaliação quanto à infra-estrutura urbana – Lençóis 2001 (%)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Comunicações	20,7	42,4	4,1	5,1	4,1	23,5
Segurança pública	15,2	31,8	9,7	2,3	0	4,1
Limpeza pública	11,1	47,5	18,9	8,3	3,7	10,6
Aeroporto	7,8	4,6	2,3	0,5	0,5	84,3
Terminal rodoviário	2,8	14,7	21,2	8,8	6,5	46,1
Serviços médicos	2,8	5,5	5,5	1,8	1,8	82,5
Ônibus urbano	0,5	3,2	0,9	0,9	0,9	93,5

Fonte: Bahiatursa, 2002

De acordo com as Pesquisas de Demanda Turística realizadas pela Bahiatursa, a infra-estrutura urbana de Lençóis é bem avaliada pelos seus visitantes. Mais da metade dos turistas avaliaram como ótima ou boa a rede de comunicações instalada no município (63,1%). A limpeza urbana foi considerada regular por

18,9% dos turistas. O terminal rodoviário foi o item relativo à infra-estrutura urbana com a pior avaliação – aproximadamente 36% dos entrevistados o avaliaram como de regular a péssimo. Houve um grande percentual de turistas (mais de 82%) que disseram não saber avaliar o aeroporto, os serviços médicos e os ônibus urbanos, o que de certa forma indica que esses serviços ainda são pouco utilizados pelos turistas.

Tabela 3.11.16. Avaliação quanto à comunicação – Lençóis 2001 (%)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Informação turística	28,6	31,3	13,4	2,8	1,4	22,6
Sinalização turística	11,1	16,6	21,2	6,9	3,2	4,1
Sinalização urbana	3,7	18,4	16,6	2,8	0,5	58,1

Fonte: Bahiatursa, 2002

A informação turística é bem avaliada pelos visitantes de Lençóis, cerca de 60% revelaram não ter tido problema em consegui-la, considerando-a como ótima ou boa. A sinalização turística, entretanto, foi considerada regular para 21,2% dos turistas. Destaca-se aqui a importância da informação e da sinalização turísticas, haja visto que essa é uma demanda constante dos entrevistados, sobretudo os estrangeiros.

Tabela 3.11.17. Avaliação quanto aos atrativos – Lençóis 2001 (%)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Atrativos naturais	81,1	14,7	0,5	0	0	3,7
Hospitalidade do povo	63,1	29,5	1,8	0,5	0	5,1
Patrimônio histórico/cultural	39,2	46,5	8,8	0,5	0	5,1
Manifestações populares	13,4	24,0	10,6	2,3	1,4	48,4

Fonte: Bahiatursa, 2002

Entre os componentes do produto turístico da Chapada Diamantina, destaca-se a avaliação como ótimo dos atrativos naturais e da hospitalidade do povo da cidade (81,1% e 63,1% respectivamente). O patrimônio histórico/cultural da cidade foi considerado bom por 46,5% dos turistas em 2001.

Tabela 3.11.18. Avaliação quanto aos equipamentos e serviços – Lençóis 2001 (%)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Passeios oferecidos	50,7	29,5	2,3	0,5	0	17,1
Meios de hospedagem	44,2	36,9	7,4	0,5	0	11,1
Bares/restaurantes	20,7	51,6	20,3	0,9	1,4	5,1
Diversões noturnas	9,7	28,1	17,1	5,5	1,4	38,2
Comércio/compras	7,4	30,4	24,9	3,2	0	34,1
Guias de turismo	4,7	23,5	5,1	1,8	0,5	22,1
Empresas/serviços de receptivo	2,9	27,2	3,2	0,9	0	39,6

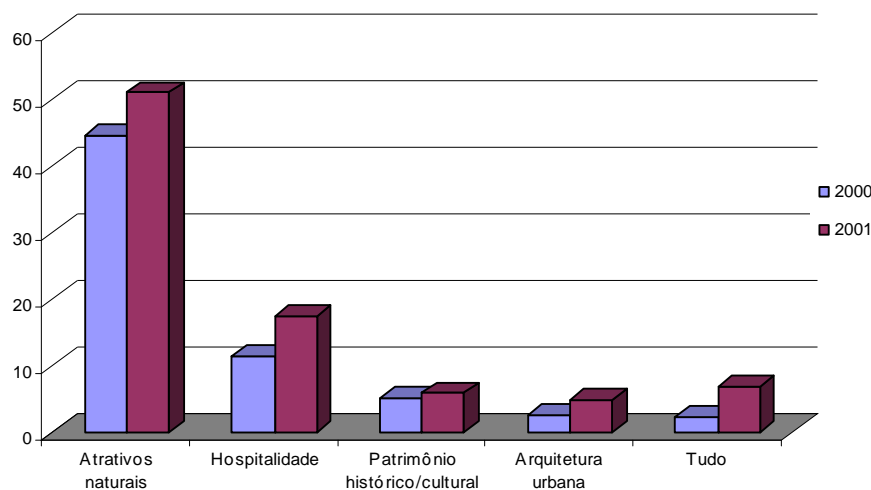
Fonte: Bahiatursa, 2002

O serviço do *trade* de Lençóis mais bem avaliado pelos turistas foi o dos passeios oferecidos aos turistas para a visita dos atrativos (50,7% dos turistas os consideraram ótimos). Em segundo lugar aparecem os meios de hospedagem,

que foi o equipamento turístico mais bem avaliado pelos turistas – quase a metade (44,2%) os avaliou como ótimos e, aproximadamente 37% como bom. Já o setor do comércio não foi tão bem avaliado, o que indica que deve haver mais atenção por parte dos empresários locais quanto à qualidade e a variedade dos produtos vendidos para os turistas na cidade.

Destaca-se aqui, que o fato de o município possuir um comércio diversificado e ágil, faz com que o setor funcione como um importante elemento multiplicador dos benefícios socioeconômicos advindos com a atividade turística, gerando emprego e renda para a comunidade do município e da região. Tal oportunidade está sendo minimizada na região estudada pois como pode-se identificar pela tabela acima, 39,6% dos entrevistados declararam não conhecer as empresas de serviços receptivos, bem como 38,2% e 34,1% desconhecem as diversões noturnas e o comércio local, respectivamente.

Gráfico 3.11.8. O que mais agradou – Lençóis (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.19. O que mais agradou – Lençóis (%)

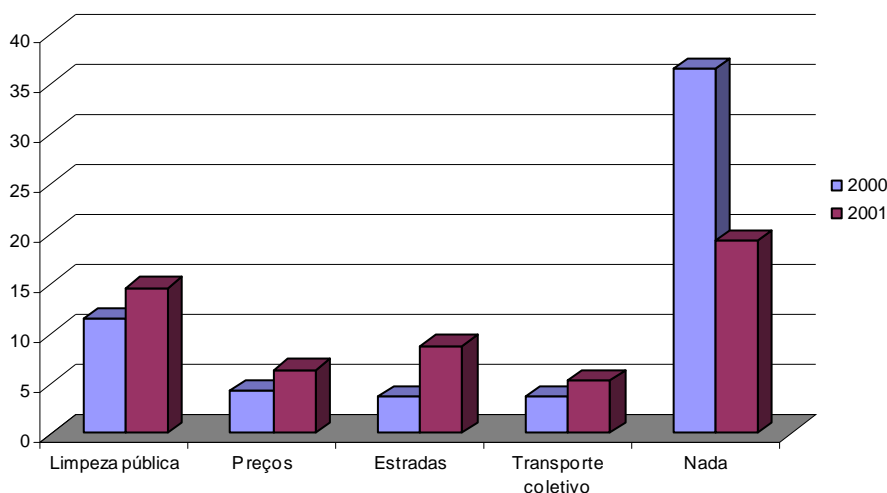
	2000	2001
Atrativos naturais	44,6	51,0
Hospitalidade	11,5	17,5
Patrimônio histórico/cultural	5,2	5,8
Arquitetura urbana	2,6	4,9
Tudo	2,2	6,8

Fonte: Bahiatursa, 2002

Os atrativos naturais de Lençóis constituem o fator de maior preferência para mais da metade dos turistas de Lençóis (51% em 2001). Evidenciam-se aqui, os pilares atuais do produto turístico de Lençóis – atrativos naturais de grande valor cênico e um povo hospitaleiro.

O valor do patrimônio histórico/cultural e a arquitetura urbana, identificados na região com os bens históricos materiais e imateriais, e bem caracterizados pelos casarões ainda preservados, é apontado como o fator que mais agradou a aproximadamente 10,7% dos turistas. Destaca-se aqui que a existência de atrativos complementares, como a arquitetura colonial de Lençóis, contribui para aumentar a permanência dos turistas no município, maximizando os impactos positivos da atividade turística na economia local.

Gráfico 3.11.19. O que menos agradou – Lençóis (%)



Fonte: Bahiatursa, 2002

Tabela 3.11.20. O que menos agradou – Lençóis (%)

	2000	2001
Limpeza pública	11,5	14,6
Preços	4,2	6,4
Estradas	3,7	8,8
Transporte coletivo	3,7	5,3
Nada	36,6	19,3

Fonte: Bahiatursa, 2002

Entre os fatores que menos agradaram aos turistas em Lençóis, está a limpeza pública. Conforme mencionado em tabelas anteriores, aproximadamente um terço dos turistas avaliaram a limpeza pública entre regular e péssimo. Destaca-se também a que as condições das estradas desagradaram 8,8% dos turistas em 2001.

Cabe salientar que a limpeza urbana e a acessibilidade são fatores de suma importância no desenvolvimento turístico de uma dada região. Destinos sujos e com acessos precários (neste caso, acessos terrestres) causam péssimas impressões nos visitantes. Estes por sua vez, após o regresso ao seu local de origem, tornam-se poderosos propagadores das impressões vivenciadas no destino turístico visitado.

Por fim, vale salientar que o maior percentual de respostas registrado nesta pergunta corresponde a “nada desagradou”, o que significa uma aceitação positiva do destino pelos turistas. No ano de 2000, este percentual foi de 36,6% e no ano seguinte de 19,3%.

3.11.11. Conclusão

Analisando-se a evolução do perfil do turista para o Pólo Turístico Chapada Diamantina, pode-se compreender que tal demanda deverá prosseguir em sua tendência para o aumento do número de visitantes nacionais – provenientes de outros estados – com destaque para São Paulo e Rio de Janeiro, e internacionais, com destaque para Alemanha, França e Itália (maiores detalhes sobre a demanda futura para a região objeto de estudo são abordados com maior profundidade no capítulo 3.14. Demanda Atual e Potencial).

O meio de transporte mais utilizado pelos turistas deverá continuar a ser o rodoviário, entretanto, espera-se um crescimento do fluxo de passageiros no Aeroporto de Lençóis.

O fluxo de visitantes continuará se alojando em equipamentos de hospedagem assemelhados em Lençóis e não classificados em Mucugê. O serviço de auxílio prestado por agências de receptivo ou operadoras de viagens tende a crescer (sobretudo em Lençóis), a medida em que novos produtos são formatados e novos passeios são oferecidos aos turistas.

Em geral, serão tanto homens quanto mulheres, com idade entre 18 e 50 anos e uma renda mensal entre US\$ 1.000,00 e US\$ 2.000,00. Terão como motivação principal as viagens a passeio relacionadas aos atrativos naturais como cachoeiras, grutas, piscinas naturais etc., permanecendo na área objeto de estudo em torno de uma semana.

Deve-se, portanto, preparar a região para o aumento na visitação e para a mudança no perfil do turista, que passará a ser paulatinamente mais exigente e seletivo em relação aos atrativos visitados e aos equipamentos e serviços utilizados. Desta forma, investimentos em infra-estrutura urbana como saneamento básico, limpeza urbana e sinalização turística, entre outros aspectos torna-se essencial para o desenvolvimento sustentável da atividade turística na Chapada Diamantina.

Cabe salientar também, a importância do estabelecimento de mecanismos de controle da visitação aos atrativos naturais da região para que a capacidade de suporte desses ambientes não seja superada. Uma visitação excessiva coloca em risco a sustentabilidade ambiental da oferta diferencial da região, sobretudo dentro dos limites do Parque Nacional da Chapada Diamantina, onde a visitação ocorre com maior intensidade.