



CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO RECEPTIVO NA BAHIA

RELATÓRIO FINAL

SÃO PAULO

MARÇO 2012

RESUMO EXECUTIVO

Este Relatório consubstancia resultados de Pesquisas do Receptivo Turístico do Estado da Bahia, tanto dos visitantes brasileiros, quanto dos estrangeiros. Nestas pesquisas foram realizadas 17.205 entrevistas diretas em 44 localidades, em momentos distintos do ano: em meses de alta temporada (Julho e Dezembro); média-baixa (Agosto e Setembro); e em meses que ocorrem Eventos Juninos (Junho) e Religiosos (Agosto e Outubro).

Pelos dados dessas pesquisas pode-se inferir que o motivo Lazer responde por 43,5% das viagens dos turistas domésticos. Merece ressalva o fato de que 44,3% das visitas de brasileiros se devem especificamente a Outros motivos que não o Lazer, destacando-se a opção Visita a Parentes ou Amigos. Os demais 12,2% vieram tanto por Lazer, quanto por Outros motivos.

À exemplo da maioria das Unidades da Federação do País, o próprio Estado é o principal emissor de turistas domésticos da Bahia, respondendo por 50,7% do total de visitantes. De outras Unidades da Federação, o destaque é dado pelo Estado de São Paulo, que contribui com 16,6% do total.

No que se refere aos visitantes estrangeiros, o motivo preponderante de suas viagens é o Lazer, que respondem por 64,8% do total. Os principais emissores de visitantes estrangeiros à Bahia são: Argentina (com quase 19,0%); Espanha (com 12,9%); Itália (9,8%); França (8,7%); Alemanha (7,7%); e Estados Unidos (7,1%); entre outros.

A permanência média dos turistas domésticos é de 6,8 pernoites no Estado da Bahia e de 5,8 pernoites na localidade de pesquisa. Já a permanência dos turistas internacionais mostra-se bem mais elevada, com uma média de 13,4 pernoites na Bahia (quase o dobro) e 6,3 pernoites na localidade de pesquisa.

O gasto médio *per capita* dos turistas domésticos efetivado somente dentro da Bahia foi de R\$ 595,40 e o gasto médio *per capita* dos turistas internacionais foi de R\$ 1.315,84, mais do que o dobro.

Os dados também apontam que mais da metade dos turistas domésticos do Estado (62,4%) já havia visitado as localidades de pesquisa, um dado positivo, já que o retorno indica, muitas vezes, satisfação com a visita anterior. Esse parecer ainda é reforçado com o dado de que 70,9% dos turistas tiveram suas expectativas superadas ou totalmente atendidas. Já entre os turistas internacionais, 64,9% tiveram esta como

sua primeira visita à localidade de pesquisa, tendo em 73,1% dos casos suas expectativas de viagem superadas ou completamente atendidas.

A pesquisa também mostra que 93,0% dos turistas domésticos retornariam aos municípios pesquisados e que quase 95,0% os recomendariam a outras pessoas. Entre os turistas internacionais, embora seu retorno à Bahia seja mais dificultado pela distancia, ainda assim expressiva parcela desses turistas (80,5%) revela a intenção de retornar às localidades visitadas e (96,7%) deles as recomendariam a outras pessoas.

Em relação à estrutura turística e de serviços das localidades, quase todos os itens tiveram a avaliação positiva de mais da metade dos visitantes, com exceção dos quesitos de preços, limpeza pública e serviços médicos avaliados pelos visitantes internacionais.

Dentre as avaliações específicas das festas juninas e religiosas, merecem destaque as avaliações positivas, tanto de turistas domésticos, quanto internacionais, no que tange ao clima de religiosidade dos locais (99,5% para domésticos e 100,0% para internacionais) e decoração dos eventos (93,2% para domésticos e 98,9% para internacionais). No caso dos turistas internacionais, além da religiosidade, também os itens animação paralela, atrações musicais tradicionais (junino), concurso de quadrilha (junino), trio de forró (junino) e show de espada (junino) mereceram a avaliação positiva de 100,0%.

De outro lado, alguns serviços de apoio aos Eventos foram mal avaliados, particularmente os serviços de sanitários públicos, em que a maioria avaliou como Ruim ou Muito Ruim.

Entre os aspectos que mais agradaram aos visitantes das localidades destacaram-se os atrativos naturais, a hospitalidade do povo e as praias, além da infraestrutura turística e de serviços, dos atrativos histórico-culturais e do clima.

EQUIPE TÉCNICA FIPE

Coordenador Técnico
Wilson Abrahão Rabahy

Coordenador Adjunto
Décio K. Kadota

Processamento e Análise de Dados
Kelly Akemi Kajihara
Mariana Luiza Fiocco Machini
Moisés Diniz Vassallo

Técnicos
Ewerton Monti
Glauber Eduardo de Oliveira Santos
Sonia Miyuki Goto
Thalita Campos Lima
Thomás Carlos Romero

Supervisores Técnicos de Campo
Lilian Cristina Menezes Thomás Carlos Romero

Analistas Críticos de Dados
Hérika Klafke Pritsch
Ingrid Mondoni Martins
Nayara Pagliai Morais
Rodrigo Campos de Oliveira Correa
Thaís Lima de Oliveira Nobre

ÍNDICE

1	PANORAMA GERAL DO TURISMO NA BAHIA.....	1
1.1.	Importância do Turismo no PIB da Bahia.....	3
1.2.	Fluxo do Turismo na Bahia em Número de Visitantes	5
1.3.	Fluxo do Turismo na Bahia em Valores Monetários.....	7
2	PESQUISA: CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO RECEPTIVO NA	
	BAHIA	9
2.1.	Descrição da Pesquisa e aspectos Metodológicos	9
2.2.	Origem e Distribuição dos Turistas	12
2.2.1	<i>Regiões turísticas mais visitadas</i>	12
2.2.2	<i>Origem dos turistas</i>	13
2.2.1.1.	Turistas Domésticos.....	13
2.2.1.2.	Turistas Internacionais.....	14
2.3.	Perfil dos Visitantes da Bahia	17
2.3.1.1.	Gênero	17
2.3.1.2.	Faixa Etária	17
2.3.1.3.	Grau de Instrução.....	18
2.3.1.4.	Ocupação.....	18
2.3.1.5.	Renda Média Mensal	19
2.4.	Características das viagens dos Turistas Domésticos e dos Estrangeiros	19
2.4.1.1.	Motivação da Viagem	19
2.4.1.2.	Motivo da Viagem a Lazer	20
2.4.1.3.	Razão da Escolha da Bahia, quando Motivo Sol e Praia.	21
2.4.1.4.	Motivo da Viagem, dentre Outros Motivos	22
2.4.1.5.	Permanência dos Turistas no Estado da Bahia	23
2.4.1.6.	Permanência na localidade de pesquisa.....	24
2.4.1.7.	Cidades mais Visitadas na Bahia	25

2.4.1.8.	Transporte utilizado para chegar à localidade.....	26
2.4.1.9.	Meio de Hospedagem.....	27
2.4.1.10.	Acompanhantes na Viagem.....	27
2.4.1.11.	Fator Decisório da Viagem.....	28
2.4.1.12.	Principal Página da Internet.....	28
2.4.1.13.	Primeira visita à localidade	29
2.4.1.14.	Utilização de Agências de Viagem	29
2.4.1.15.	Serviços adquiridos em agência de viagem.....	30
2.4.1.16.	Gasto médio em Agências de Viagem.....	31
2.4.1.17.	Gasto médio no Total na Viagem, inclusive a Bahia	31
2.4.1.18.	Gasto médio na Bahia	31
2.4.1.19.	Gasto médio na localidade.....	32
2.4.1.20.	Composição dos Gastos	32
2.5.	Opiniões Sobre o Destino Turístico Visitado.....	33
2.5.1.1.	Avaliação Geral.....	33
2.5.1.2.	Expectativa da viagem.....	34
2.5.1.3.	Intenção de Retorno à Localidade e Recomendação	35
2.5.1.4.	Aspectos que Agradam ou Desagravam aos Visitantes da Bahia	36
2.6.	Resultados de Permanência e Gastos, Por Motivo de Viagem.....	38
2.6.1.1.	Permanência média por Motivo da viagem.....	38
2.6.1.2.	Gastos médios por Motivo da Viagem	39
2.7.	Alguns Resultados Específicos de Eventos Juninos e Religiosos	40
2.7.1.	Visitas às Localidades e suas Relações com a Ocorrência de Evento	40
2.7.2.	Razões da Visita aos Eventos Religiosos	41

2.7.3.	Costume de participar de outros eventos religiosos.....	42
2.7.4.	Avaliação Específica - Eventos.....	42
2.8.	Alguns Resultados para as principais localidades da pesquisa	43
2.8.1.	Turistas Domésticos.....	43
2.8.2.	Motivo da viagem e Permanência média	44
2.8.3.	Meios de Hospedagem.....	46
2.8.4.	Aquisição de Serviços em Agência de Viagem.....	47
2.8.5.	Gasto médio na localidade	47
2.9.	Cruzamentos Extras.....	50
2.9.1.	Capitais brasileiras emissoras.....	50
2.9.2.	Continentes emissores	51
2.9.3.	Países emissores por município de entrada no Brasil	52
2.9.4.	Classes de gastos na Bahia por meio de hospedagem.....	53
2.9.5.	Classes de gastos na Bahia por gênero.....	53
2.9.6.	Meio de hospedagem por motivo da viagem.....	54
2.9.7.	Meio de transporte por meio de hospedagem.....	54
2.9.8.	Meio de transporte por motivo da viagem	55
2.9.9.	Classes de pernoites na Bahia por meio de hospedagem	56
2.9.10.	Grau de instrução por meio de hospedagem.....	56
2.9.11.	Grau de instrução por motivo da viagem.....	57
2.9.12.	Meio de hospedagem por faixa etária.....	58
2.9.13.	Motivo da viagem por faixa etária.....	58
2.9.14.	Meio de hospedagem por gênero.....	59
2.9.15.	Motivo da viagem por gênero	60
2.9.16.	Motivo da viagem por classe de renda familiar	61

2.9.17.	Tipo de hospedagem por classe de renda familiar	62
---------	---	----

1 PANORAMA GERAL DO TURISMO NA BAHIA

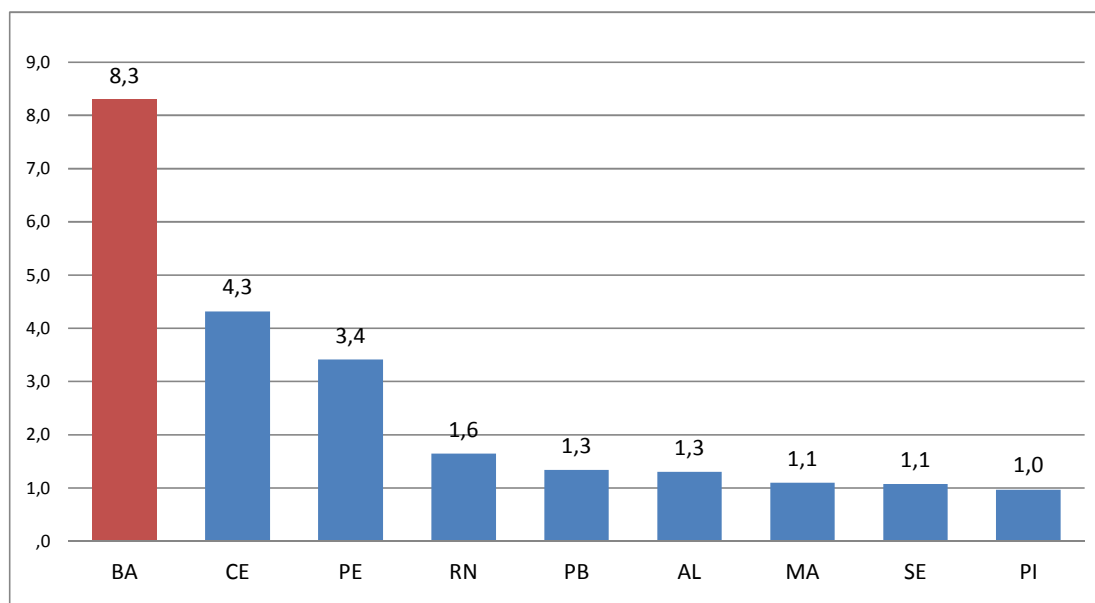
O Turismo para a região Nordeste vem se constituindo em uma importante atividade para o seu desenvolvimento econômico, além de contribuir para a preservação dos atrativos naturais e da cultura local. Uma das principais contribuições do Turismo para a região Nordeste é sua capacidade de impulsionar o crescimento de muitas de suas localidades, contribuindo para a diminuição de desigualdades regionais no País.

A Bahia é um dos Estados da Região que mais vem se beneficiando com o turismo. No que se refere ao turismo Doméstico, por exemplo, a Bahia posiciona-se em 1º lugar entre os estados do Nordeste e responde pelo 4º principal destino das viagens dos brasileiros, com mais de 8% do total das viagens (Gráficos 1 e 2).

Gráfico 1- Turismo Doméstico: Estados mais Visitados do Brasil (%)



Gráfico 2- Turismo Doméstico: Estados do Nordeste mais Visitados (%)



À exemplo do que ocorre na maioria dos Estados, a principal origem dos visitantes domésticos da Bahia é dada pelos residentes do próprio Estado, seguida pelos turistas dos Estados de São Paulo e de Minas Gerais que, juntos, respondem por cerca de $\frac{3}{4}$ do total.

No que se refere ao turismo Internacional, mesmo considerando-se a distancia do Cone Sul, a Argentina predomina como o principal País emissor de turista para a Bahia. Outros importantes emissores para o Estado são: Espanha, Alemanha, Inglaterra, França, Itália, Estados Unidos e Portugal.

Gráfico 3- Turismo Internacional: Estados mais Visitados do Brasil (%)

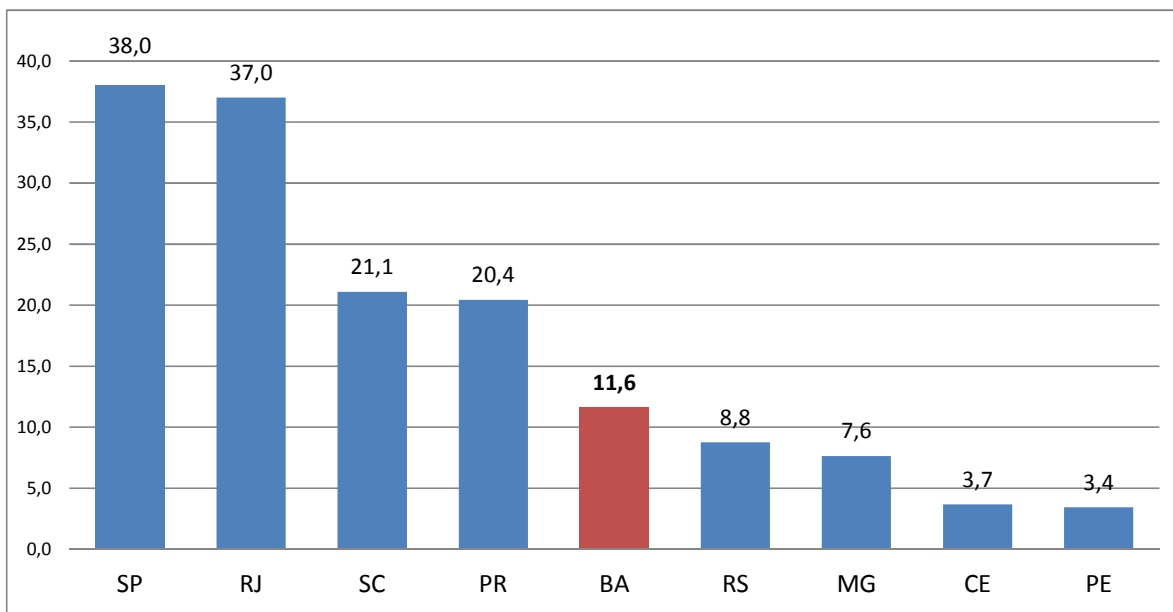
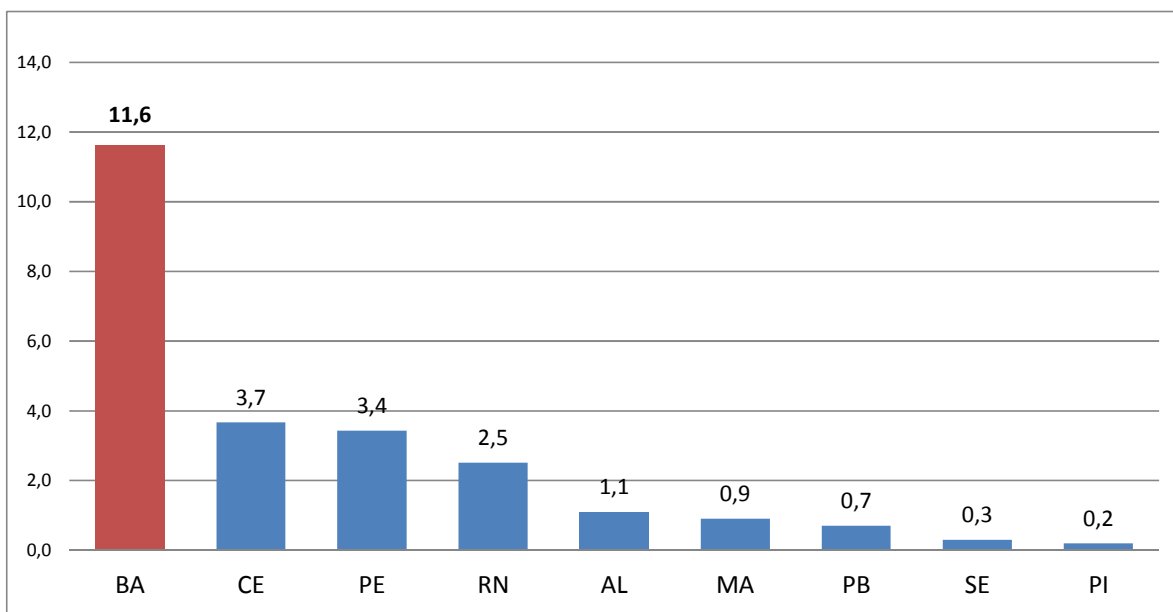


Gráfico 4- Turismo Internacional: Estados do Nordeste mais Visitados (%)



1.1.IMPORTÂNCIA DO TURISMO NO PIB DA BAHIA

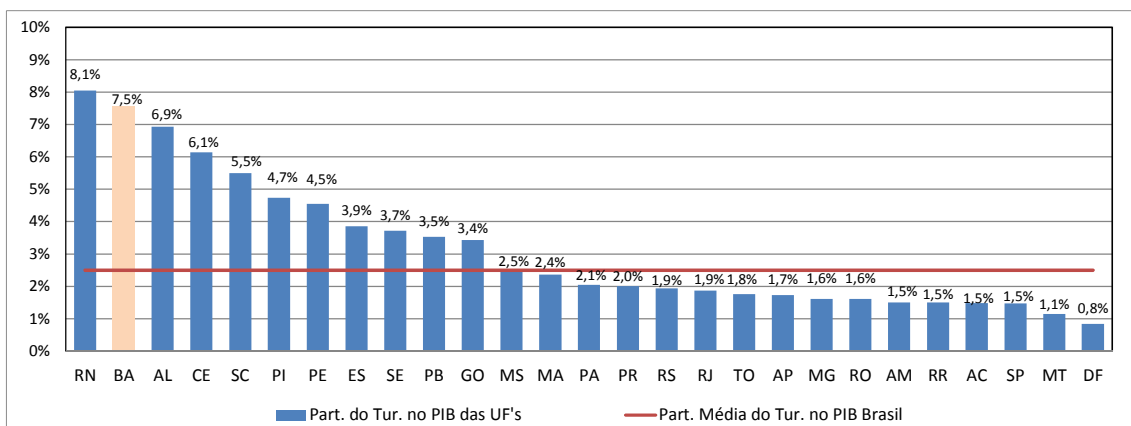
Assim como na Região do Nordeste como um todo, especialmente na Bahia o Turismo apresenta-se como importante atividade para a expansão de sua Economia, por sua capacidade de gerar divisas, empregos, rendas e impulsionar diferentes segmentos produtivos. Segundo estimativas realizadas pela FIPE, a Bahia coloca-se como a 2ª.

Unidade da Federação em ordem de importância do Turismo no seu PIB, 7,5% (Gráfico 5).

Apenas Rio Grande do Norte tem uma importância relativa maior, 8,1%, embora em termos absolutos seja menor. Por outro lado, O Estado de São Paulo, embora em termos absolutos, seja a primeira UF em Receitas do Turismo, em termos relativos, o Turismo responde por apenas 1,5% de seu PIB.

Para se ter uma ideia do significado do impacto do Turismo para a maior parte dos Estados do Nordeste, convém salientar que estimativas preliminares da importância do Turismo na Economia do País indicam uma contribuição da ordem de 2,5% do PIB. Dentre as 10 primeiras Unidades da Federação, exceto Santa Catarina e Espírito Santo, todas são da Região Nordeste.

Gráfico 5: Participação da atividade turística no PIB dos Estados (%)



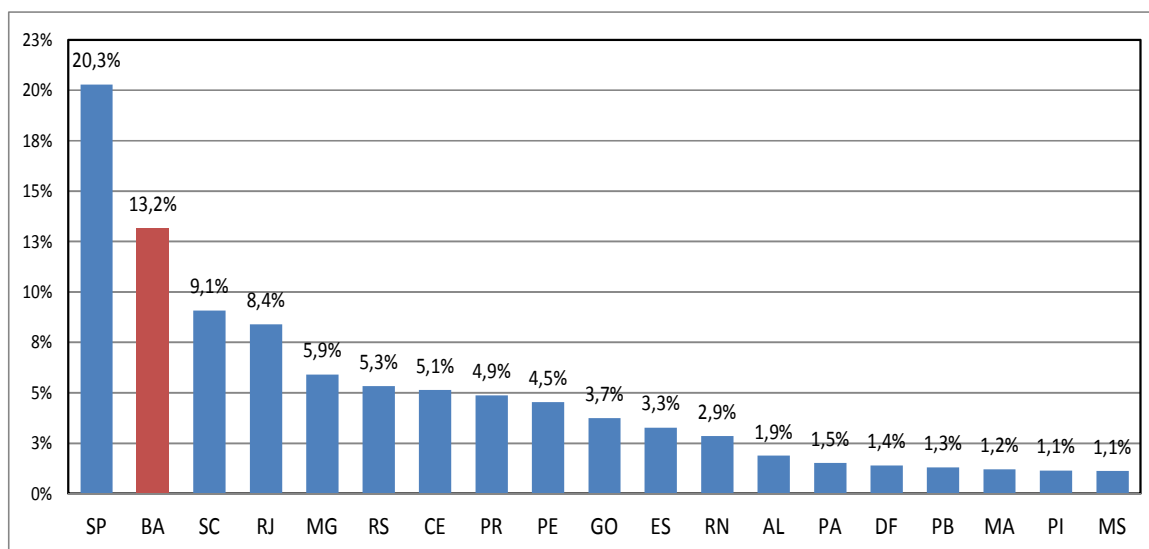
Para que se tenha claro a necessária ressalva com esses resultados, cujo propósito básico foi o de apenas estabelecer alguns marcos referenciais da importância do Turismo na Bahia e na Região Nordeste em geral, foi necessário o estabelecimento de algumas hipóteses de trabalho, que implicam em ressalvas a sua exatidão.

Cabe destacar que o PIB Turístico do Brasil de 2,5% tem como base os cálculos preliminares da Conta Satélite do Turismo de 1999. Também foram utilizadas as estimativas dos gastos realizados pelos turistas brasileiros nos Estados, apresentados no Gráfico 6 a seguir, que se referem ao ano de 2007¹. Tem o propósito de estabelecer importantes referências comparativas.

¹ Estudo “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil”, realizado pela FIPE em 2008.

Os resultados decorrentes desta simplificação indica que os principais estados de Receitas do turismo doméstico são, pela ordem: SP; BA; SC; RJ; MG; RS; e CE, dentre outros.

Gráfico 6: Principais UF's em Receitas do Turismo Doméstico ² (%)



Uma vez admitidos os consumos turísticos das UF's como seus produtos turísticos e a contribuição do turismo no País ser de 2,5% do PIB, foram então calculados os PIB's turísticos de cada Estado, em valores constantes, em R\$ milhões de 2009. Os PIB's turísticos de cada UF, assim calculados, foram então relacionados aos seus respectivos PIB's totais, resultando nas participações relativas, ilustradas no Gráfico 5.

1.2.FLUXO DO TURISMO NA BAHIA EM NÚMERO DE VISITANTES

Mesmo não se tendo ainda o Censo dos fluxos turísticos no Brasil, em número de visitantes e em valores arrecadados, é possível proceder-se a algumas estimativas preliminares de suas grandezas, baseadas em uma série de estudos e levantamentos já realizados pela FIPE, Infraero, ANTT e Ministério de Turismo.

Para a projeção das estimativas dos fluxos domésticos para 2010 e 2011, foram utilizadas as taxas de crescimento para o Estado da Bahia dos fluxos aéreos (taxa média de crescimento de 28%) e rodoviários – Ônibus Intermunicipais e Interestaduais - (Taxa de 15%) no período 2007/2010. Os transportes aéreos do turismo doméstico no Estado respondem por 10,4% do total, sendo que os demais modos são devidos

² FIPE – “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2008”

quase todos aos transportes rodoviários (87,7%), com destaques para automóveis (45,8%) e Ônibus de Linha (29,2%). Transportes fluviais, Marítimos e Outros respondem por 1,9%.

Para fins dessas estimativas a taxa de crescimento dos transportes da ANTT foi adotada para todos os modos de transportes rodoviários. Assim, transportes aéreos passam contribuir com 10,6% e os rodoviários com 89,4, resultando numa taxa média de crescimento do turismo para a Bahia no período de 16,7%, ou seja, uma taxa média anual de 5,2% a.a. Aplicando-se a taxa de crescimento assim estimada para o fluxo doméstico, chega-se em 2010 a 9,9 milhões de visitantes brasileiros na Bahia e a 10,5 milhões em 2011 (Tabela 1).

O número de turistas internacionais da Bahia de 2010 foi estimado com base na sua participação no total de visitas de estrangeiros no País, dada pela pesquisa “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil de 2010” da FIPE e Mtur. Segundo esta pesquisa, a participação da Bahia é de 11,6%, percentagem esta aplicada sobre o número total de chegadas de estrangeiros no País em 2010, dado pelo Anuário Estatístico do Mtur (Tabela 1).

A projeção do número de turistas internacionais em visita à Bahia para 2011 foi estimada com base na taxa de crescimento do número de chegadas de estrangeiros no Estado entre 2008 e 2010, de -7,1%, segundo dados do Anuário Estatístico do Mtur.

Tabela 1 – Fluxo de Visitantes da Bahia, por Tipo de Turismo, em Nº e % 2010 e 2011

Fluxo turístico receptor	2010		2011*	
	Turistas (em milhares)	%	Turistas (em milhares)	%
Internacional(1)	600	5,7	558	5,1
Doméstico (2)	9.940	94,3	10.457	94,9
Total	10.541	100,0	11.015	100,0

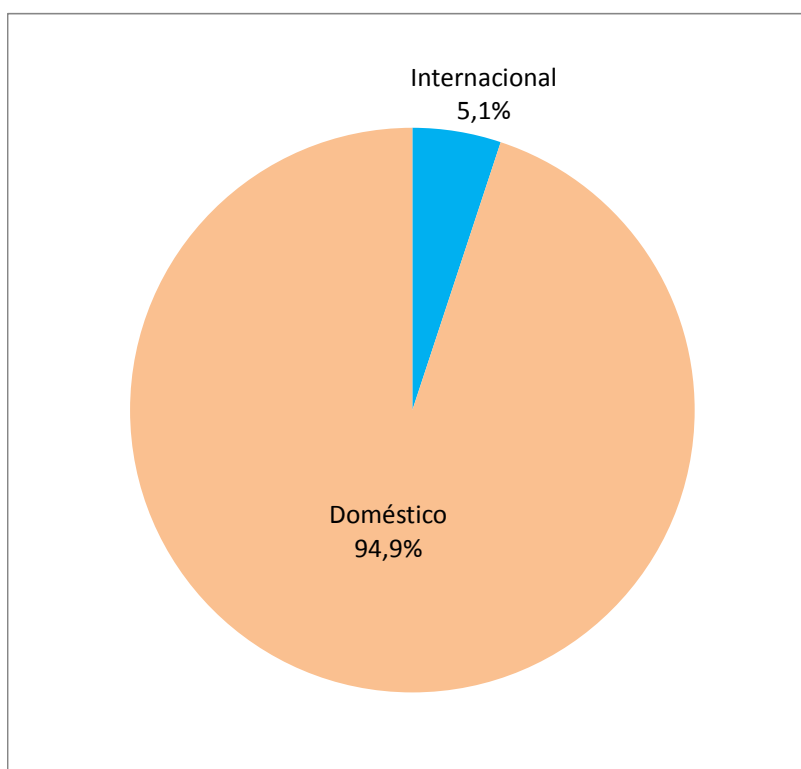
(*) Valores projetados com base em Taxas Anuais médias de períodos anteriores

(1) Período: 2008/2010

(2) Período: 2007/2010

Desta forma, predomina a contribuição do turismo doméstico (95%) no fluxo total de visitantes do Estado, enquanto, a contribuição do turismo internacional é de apenas 5% (Gráfico 5).

Gráfico 7: Fluxo turístico da Bahia, por Origem - 2011



1.3. FLUXO DO TURISMO NA BAHIA EM VALORES MONETÁRIOS

Partindo-se das estimativas dos números de visitantes nacionais e estrangeiros e seus respectivos gastos médios *per capita*, obtêm-se as receitas geradas para cada tipo de turismo no Estado da Bahia, estimadas, no total, para 2011 em R\$ 7,0 bilhões, sendo 89,5% devido ao turismo Doméstico e 10,5% ao Internacional. Para fins de comparação, em preços constantes, as estimativas para 2010 utilizam-se dos mesmos gastos médios de 2011.

Cabe ressaltar que a participação relativa do turismo internacional é mais expressiva em gastos (10,5%) do que em número de turistas (5,1%), por registrar gastos per capita e permanências superiores aos dos visitantes brasileiros, conforme resultados contidos na seção que trata do perfil dos turistas.

**Tabela 2 – Receita Turística da Bahia, por Tipo de Turismo em Valor e %
2010 e 2011**

Receita turística	2010*		2011	
	Receita turística (em R\$ milhões)	Participação (%)	Receita turística (em R\$ milhões)	%
Internacional	790,1	11,8	734,3	10,5
Doméstico	5.918,4	88,2	6.226,1	89,5
Total	6.708,5	100,0	6.960	100,0

(*) Valores projetados considerando os gastos Médios de 2011

2 PESQUISA: CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO RECEPTIVO NA BAHIA

2.1.DESCRICÃO DA PESQUISA E ASPECTOS METODOLÓGICOS

Em sequência ao projeto de Caracterização do Turismo Receptivo no Estado da Bahia, iniciado em 2008/9, a Secretaria de Turismo do Estado da Bahia optou pela continuidade deste projeto no ano de 2011. O objeto central desta pesquisa constituiu-se na descrição do perfil dos turistas que visitam o Estado da Bahia, baseado em informações de dados primários, obtidos em levantamento de campo, por meio de entrevistas diretas junto aos visitantes nacionais e estrangeiros.

Esse levantamento foi realizado em 44 dos principais destinos turísticos do Estado, definidos pela SETUR/BA, atingindo-se um total de 17.205 entrevistas, efetuadas ao longo de sete momentos de coleta de dados, distribuídas em diferentes períodos do ano, quais sejam:

Eventos Juninos: Junho

Eventos Religiosos: Agosto e Outubro

Alta temporada: Julho/Dezembro

Média/Baixa temporada: Agosto/Setembro

As localidades mais visitadas mereceram tratamentos especiais com vista a diminuir os erros de estimativas, além de proporcionar mais facilidades de obtenção de entrevistas em curtos períodos de tempo, por apresentarem maior número de visitantes. Desta forma, pode-se verificar que os maiores números de entrevistas foram apresentados por Salvador (4.408), Porto Seguro (1.129), Ilhéus (830), Lençóis (673), Morro de São Paulo (639), Praia do Forte (629), Arraial D'Ajuda (556), Cachoeira (483), Costa do Sauipe (451), entre outras.

Tabela 2: Distribuição da Amostra por Localidades

Distribuição da Amostra por Localidades (Nº de Entrevistas)					
Localidades	Frequência Doméstico	Frequência Internacional	Localidades	Frequência Doméstico	Frequência Internacional
Amargosa	230	0	Lençóis	613	60
Arraial D'Ajuda	548	8	Macaúbas	177	0
Barra	135	0	Maragogipe	330	0
Barreiras	427	3	Maraú	41	9
Bom Jesus da Lapa	425	0	Monte Santo	38	0
Cachoeira	466	17	Morro de São Paulo	525	114
Caldas de Cipó	79	1	Mucugê	275	1
Canudos	132	0	Palmeiras	89	9
Caravelas	62	0	Paulo Afonso	431	3
Comandatuba	89	1	Piritiba	195	1
Costa do Sauípe	438	13	Porto Seguro	1.089	40
Cruz das Almas	234	1	Prado	122	1
Entre Rios	143	0	Praia do Forte	558	71
Euclides da Cunha	223	1	Rio de Contas	70	0
Ibicuí	124	0	Salvador	4.162	246
Ilhéus	814	16	Santa Cruz Cabrália	255	6
Imbassaí	194	11	Santo Antônio de Jesus	228	0
Itacaré	218	25	Senhor do Bonfim	179	0
Itaparica	380	2	Serrinha	258	1
Jequié	254	0	Trancoso	177	27
Jiquiriçá	155	2	Vera Cruz	392	11
Juazeiro	120	0	Vitória da Conquista	409	1
Total				16.503	702

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia - 2011

Foram realizadas ainda outras 171 entrevistas no município de Casa Nova com o intuito de se dispor de informações para verificar o perfil dos turistas que visitam a Vinícola Ouro Verde.

A Tabela 3 descreve o cronograma efetivo do campo do presente projeto.

Tabela 3: Cronograma das Atividades de campo da Pesquisa

Data efetiva do campo - Bahia 2011							
Localidade	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Amargosa	24 a 27						
Arraial D'Ajuda			26 a 29	09 a 12			09 a 12
Barra	23 a 26						
Barreiras	24 a 27	22 a 25					09 a 12
Bom Jesus da Lapa			04 a 07				02 a 05
Cachoeira	24 a 27	22 a 25	14 a 17				
Caldas de Cipó		15 a 18					09 a 12
Camamu/Maraú		15 a 18					02 a 05
Canudos					21 a 24		02 a 05
Caravelas		15 a 18					09 a 12
Casa Nova		15 a 18					02 a 05
Comandatuba		15 a 18					09 a 12
Costa do Sauípe			26 a 29		21 a 24		02 a 05
Cruz das Almas	24 a 27						
Entre Rios	24 a 27						
Euclides da Cunha	24 a 27						
Ibicuí	24 a 27						
Ilhéus	24 a 27		26 a 29	09 a 12			02 a 05
Imbassai		15 a 18					02 a 05
Itacaré		15 a 18					09 a 12
Itaparica		15 a 18					02 a 05
Jequié	24 a 27						
Jiquiriçá		15 a 18					09 a 12
Juazeiro		15 a 18					02 a 05
Lençóis	24 a 27			09 a 12			09 a 12
Macaúbas	24 a 27						
Maragogipe	24 a 27	15 a 18					02 a 05
Monte Santo					31 a 03		09 a 12
Morro de São Paulo			26 a 29	09 a 12			09 a 12
Mucugê	24 a 27	15 a 18					02 a 05
Palmeiras		15 a 18					02 a 05
Paulo Afonso	24 a 27	15 a 18					02 a 05
Piritiba	24 a 27						
Porto Seguro	24 a 27		26 a 29	09 a 12			02 a 05
Prado		15 a 18					02 a 05
Praia do Forte			26 a 29	09 a 12			09 a 12
Rio de Contas		15 a 18					09 a 12
Salvador	22 a 28	13 a 19	24 a 30	06 a 12			30 a 06
Santa Cruz Cabralia			26 a 29	09 a 12			09 a 12
Santo Antônio de Jesus	24 a 27						
Senhor do Bonfim	24 a 27						
Serrinha	24 a 27						
Trancoso			26 a 29	09 a 12			09 a 12
Vera Cruz		15 a 18					02 a 05
Vitória da Conquista		15 a 18					09 a 12

Etapa Perfil

Etapa Eventos - Junino

Etapa Eventos - Religioso

Para a análise dos resultados da pesquisa, baseada na amostra assim delineada, faz-se necessário pelo menos que se proceda ao ajuste das proporções entre o significado do turismo doméstico e internacional da Bahia, admitindo-se constantes estas participações entre as localidades selecionadas. Assim, os resultados

apresentados nesta pesquisa representam a média ponderada de características dos turistas nacionais e estrangeiros em visita ao Estado. O critério para ponderação dos dados levou em consideração a importância relativa dos fluxos por procedência, nacional e internacional, etapa da coleta de dados e o meio de transporte.

A seguir são apresentados os resultados do perfil dos turistas, a caracterização de suas viagens e suas opiniões sobre os destinos visitados no Estado da Bahia com base nesta pesquisa.

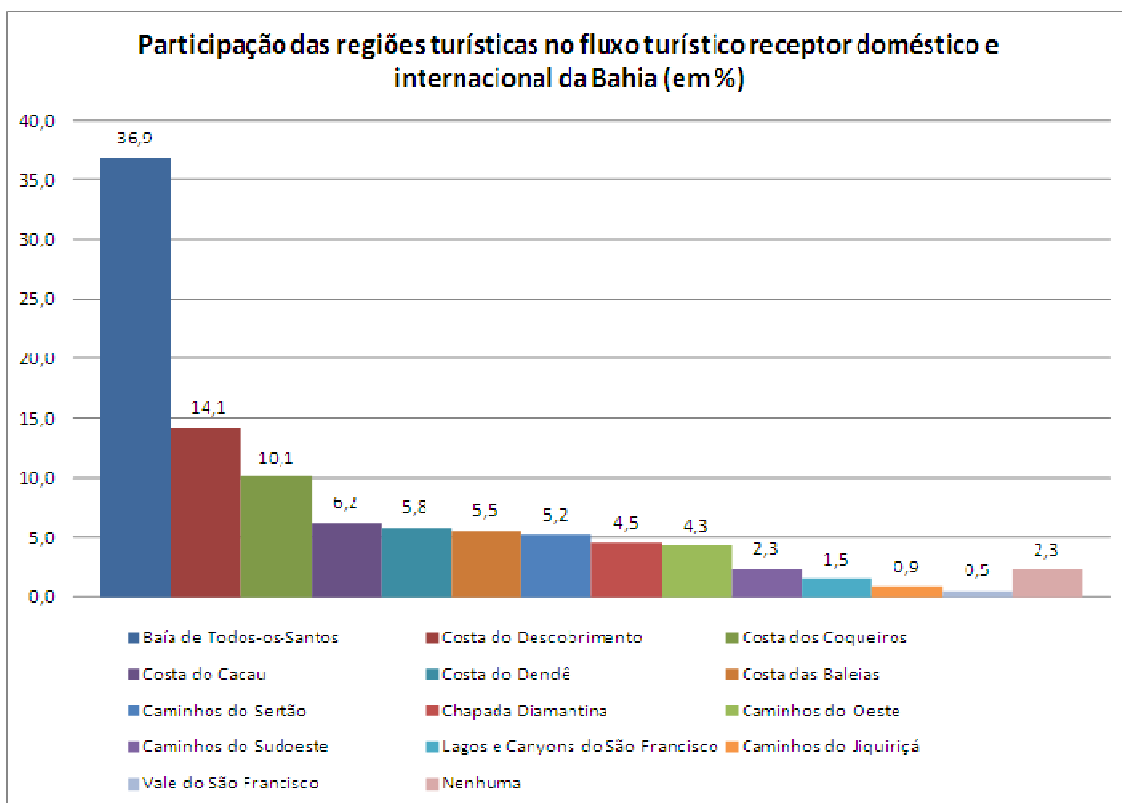
2.2. ORIGEM E DISTRIBUIÇÃO DOS TURISTAS

2.2.1 Regiões turísticas mais visitadas

Quando se separa o fluxo da pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011 por região turística, a Baía de Todos-os-Santos fica em primeiro lugar com 36,9% dos visitantes. A Costa do Descobrimento (14,1%) e a Costa do Coqueiros (10,1%) ficam respectivamente com a segunda e a terceira colocação.

Participação das regiões turísticas no fluxo turístico receptor doméstico e internacional da Bahia (em %)	
Região Turística	%
Baía de Todos-os-Santos	36,9
Costa do Descobrimento	14,1
Costa dos Coqueiros	10,1
Costa do Cacau	6,2
Costa do Dendê	5,8
Costa das Baleias	5,5
Caminhos do Sertão	5,2
Chapada Diamantina	4,5
Caminhos do Oeste	4,3
Caminhos do Sudoeste	2,3
Lagos e Canyons do São Francisco	1,5
Caminhos do Jiquiriçá	0,9
Vale do São Francisco	0,5
Nenhuma	2,3
Total	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.2.2 Origem dos turistas

Como visto, a principal fonte de emissivo de visitantes da Bahia é o mercado doméstico, respondendo por cerca de 95% do número e 85% das receitas. O turismo internacional, mesmo inferior em número, responde por maiores contribuições *per capita*, em termos de receita.

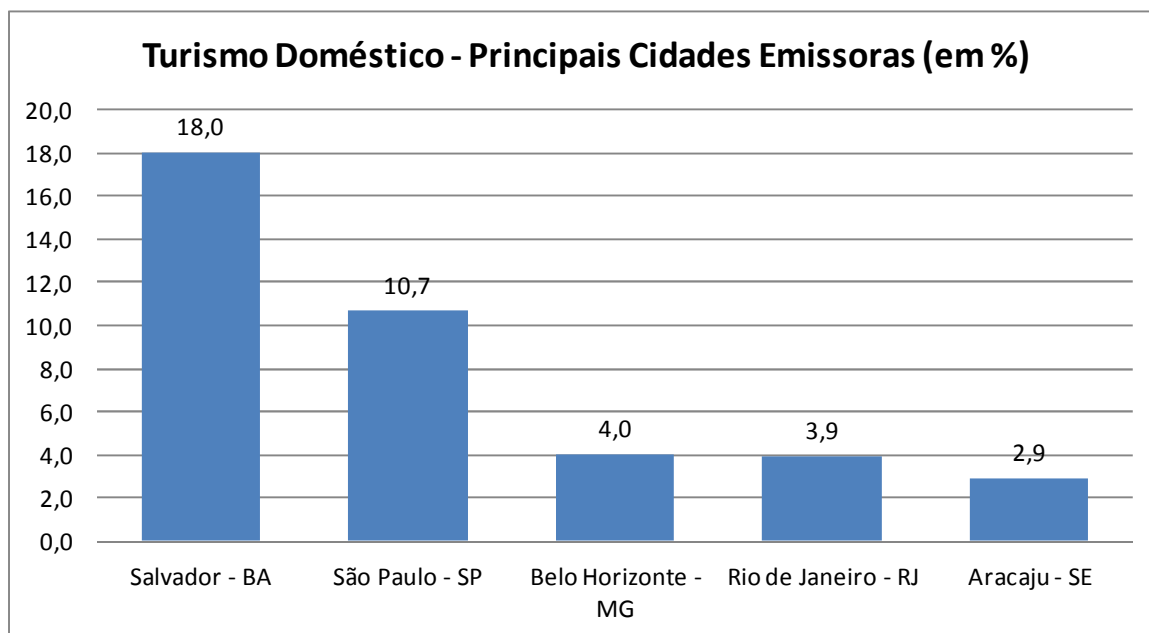
2.2.1.1. Turistas Domésticos

Em relação às **Unidades da Federação**, observa-se uma clara predominância de estados do Nordeste como emissores de turista à Bahia, com destaque para o próprio Estado, que representa mais da metade (50,7%) dos visitantes domésticos. A região Sudeste também se mostra bastante expressiva (32,5%), pois é onde se encontram os segundo e terceiro principais emissores de turistas: São Paulo (16,6%) e Minas Gerais (7,4%).

UF de Residência dos Visitantes Domésticos (em %)									
NORDESTE		SUDESTE		CENTRO OESTE		SUL		NORTE	
BA	50,7	SP	16,6	DF	2,6	PR	1,6	AM	0,1
SE	3,4	MG	7,4	GO	1,0	RS	1,3	PA	0,1
PE	2,7	RJ	4,9	MS	0,2	SC	0,9	RO	0,1
CE	0,7	ES	3,6	MT	0,2			TO	0,1
AL	0,6							RR	0,0
PB	0,4							AP	0,0
PI	0,3							AC	0,0
RN	0,3								
MA	0,2								
TOTAL	59,3		32,5		4,0		3,8		0,4

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

Em relação às **idades** emissoras de turistas à Bahia, situam-se como principais: Salvador - BA (que responde por 18,0% das visitas para as demais localidades do Estado), São Paulo - SP (10,7%) e Belo Horizonte - MG (4,0%), as quais acumulam mais de 1/3 do total de visitantes domésticos à Bahia.

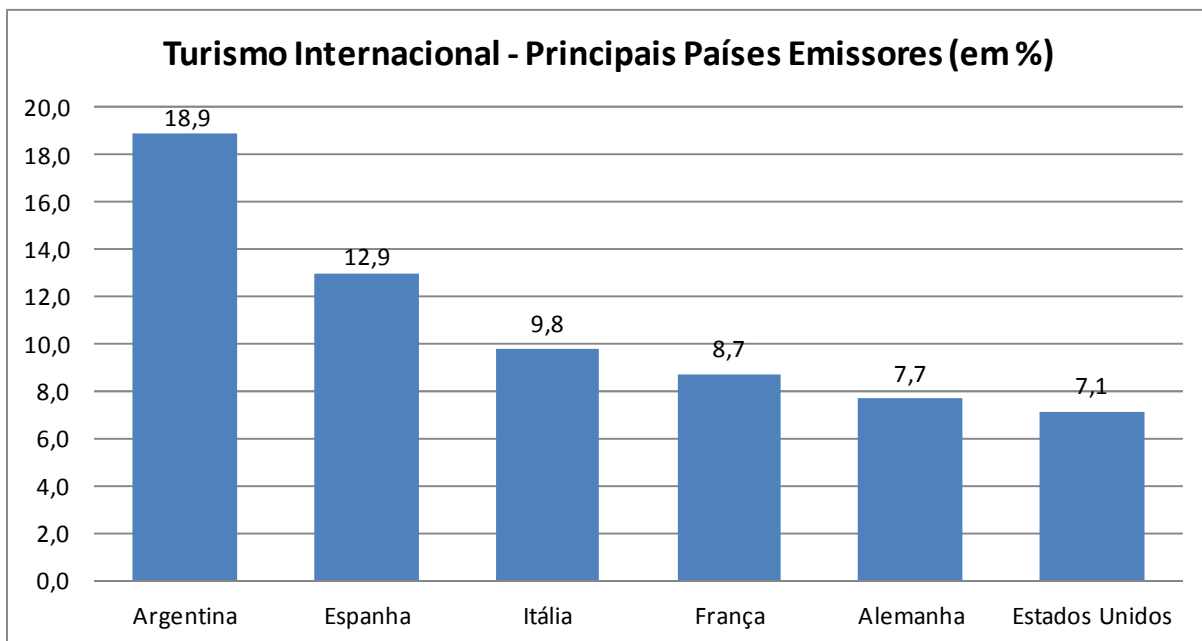


2.2.1.2. Turistas Internacionais

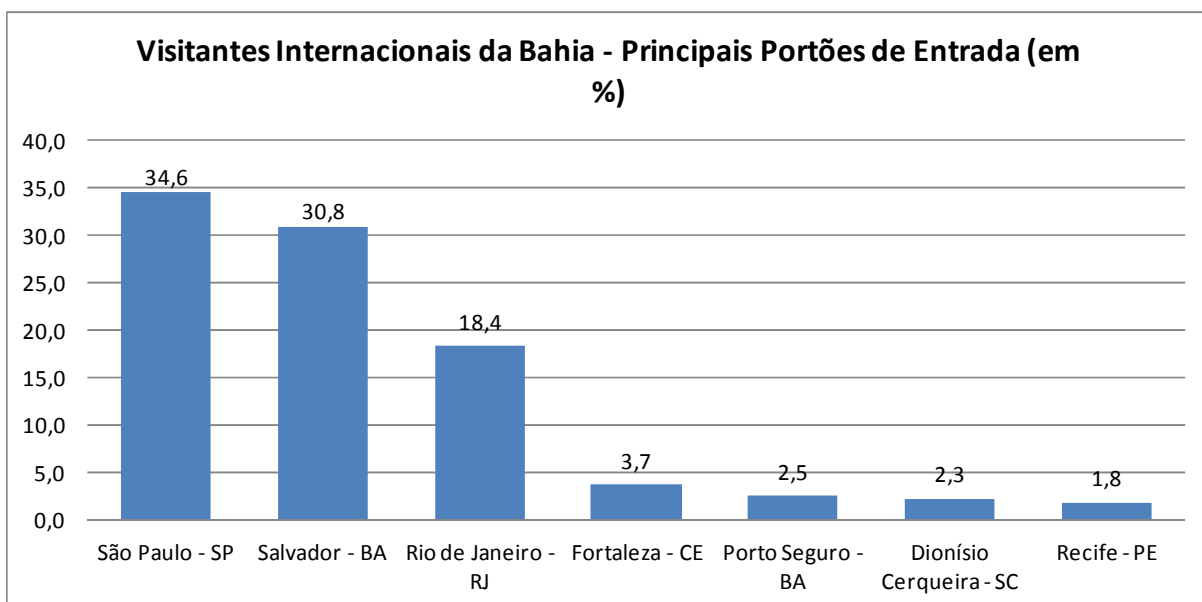
Conforme salientado, a Argentina constitui-se como principal emissor de turistas internacionais à Bahia, com quase 19,0% do total. Seguem-se: Espanha (12,9%), Itália (9,8%), França (8,7%), Alemanha (7,7%) e Estados Unidos (7,1%), entre outros. Esses 6 países respondem por mais de 65% do receptivo internacional do Estado.

Turismo Internacional - Principais Países Emissores (em %)	
Países	Frequência
Argentina	18,9
Espanha	12,9
Itália	9,8
França	8,7
Alemanha	7,7
Estados Unidos	7,1
Inglaterra	6,0
Uruguai	4,6
Portugal	4,5
Suíça	3,7
África Do Sul	3,2
Chile	1,7
Canadá	1,5
Israel	1,2
Holanda	1,0
Guiana Francesa	0,9
Kuwait	0,8
Áustria	0,7
Dinamarca	0,6
Trinidad E Tobago	0,5
Suécia	0,5
Chipre	0,4
Peru	0,4
Bélgica	0,4
Japão	0,2
Lituânia	0,2
Moçambique	0,2
Tailândia	0,2
Noruega	0,1
Colômbia	0,1
Finlândia	0,1
Austrália	0,1
Macedônia	0,1
Singapura	0,1
Irlanda	0,1
Paraguai	0,1
México	0,1
Nigéria	0,1
Nova Zelândia	0,1
Bolívia	0,1
Escócia	0,1
Luxemburgo	0,1
Total	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



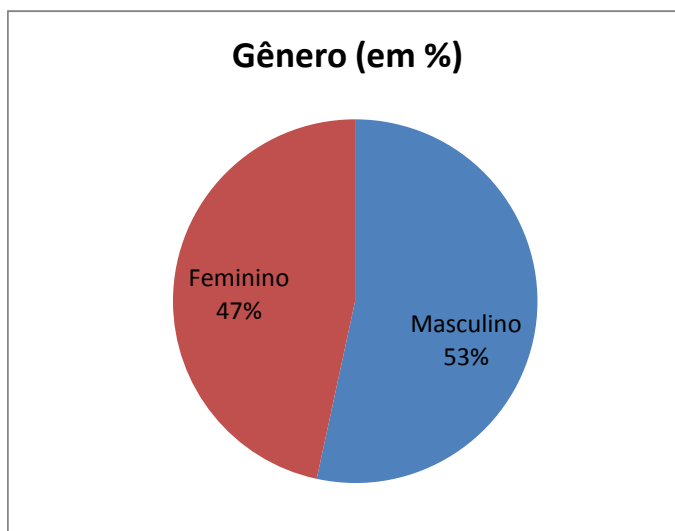
Interessante observar que, mesmo para os que se utilizam do transporte aéreo, parcelas significativas ingressam no Estado por outros portões de entrada do País. O município de São Paulo - SP é claramente o principal portão de entrada de turistas internacionais com 34,6% dos que vistam o Estado, seguido de Salvador - BA com 30,8% e Rio de Janeiro - RJ (18,4%).



2.3. PERFIL DOS VISITANTES DA BAHIA

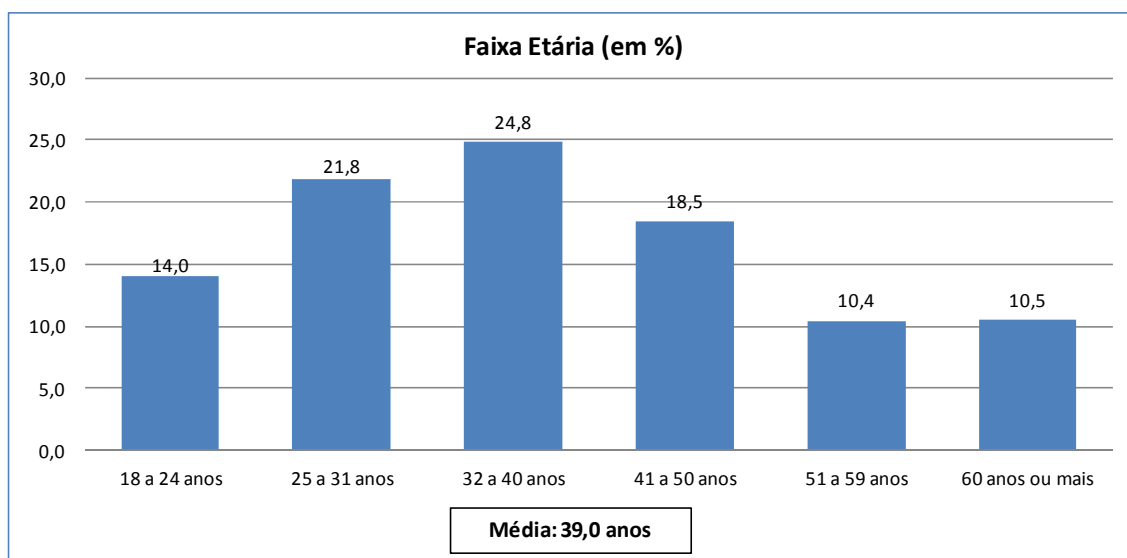
2.3.1.1. Gênero

Predomina-se o gênero masculino (53,4%) entre os turistas do estado da Bahia.



2.3.1.2. Faixa Etária³

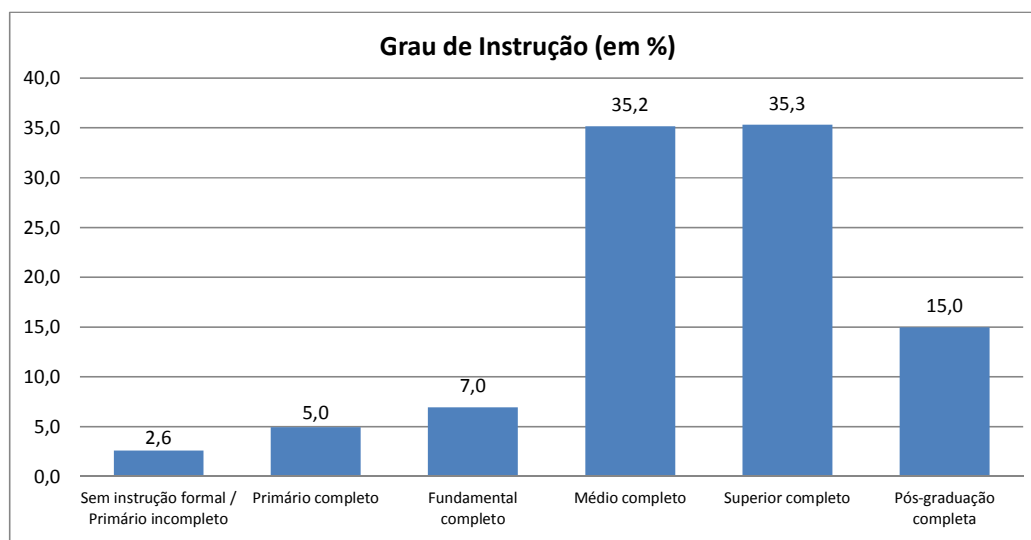
A média etária dos turistas que visitam a Bahia é de 39 anos, destacando-se as faixas etárias de 32 a 40 anos (24,8%) e 25 a 31 anos (21,8%).



³ Os critérios da pesquisa requeriam uma idade mínima de 18 anos para que o indivíduo fosse entrevistado.

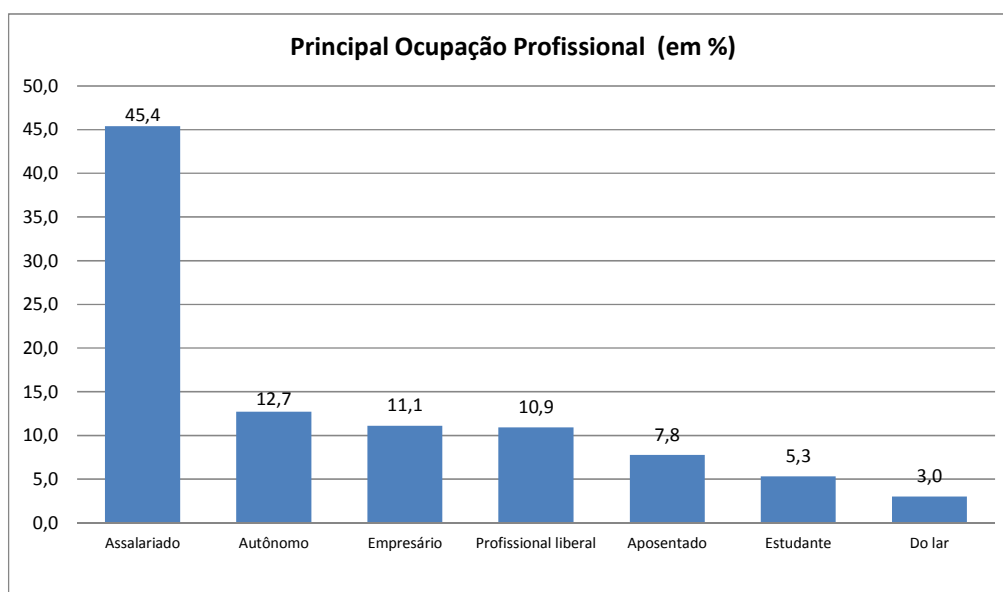
2.3.1.3. Grau de Instrução

Predominam-se turistas com escolaridade superior ao ensino médio, somando mais de 85% do total de visitantes ao Estado.



2.3.1.4. Ocupação

Os assalariados são preponderantes entre os turistas que visitam o estado da Bahia, representando 45,4%. Profissionais liberais e autônomos somam 23,6% e empresários (11,1%) também representam uma parcela importante da demanda.



2.3.1.5. Renda Média Mensal

Para uma análise mais apurada, o dado desse resultado foi analisado separando os turistas doméstico e internacional.

A renda média mensal individual dos turistas domésticos que vistam a Bahia é de R\$ 4.262,99. Já a sua renda média mensal familiar é de R\$ 6.431,91 total e R\$ 2.300,63 *per capita*.

Os turistas internacionais possuem rendas maiores que os domésticos em todas as categorias: R\$10.108,93 de renda familiar, R\$4.762,53 de renda familiar per capita e R\$ 7.808,25 de renda média individual.

Renda Média Mensal (em R\$)		
Renda Média	Doméstico	Internacional
Familiar	6.431,91	10.108,93
Familiar <i>per capita</i>	2.300,63	4.762,53
Individual	4.262,99	7.808,25

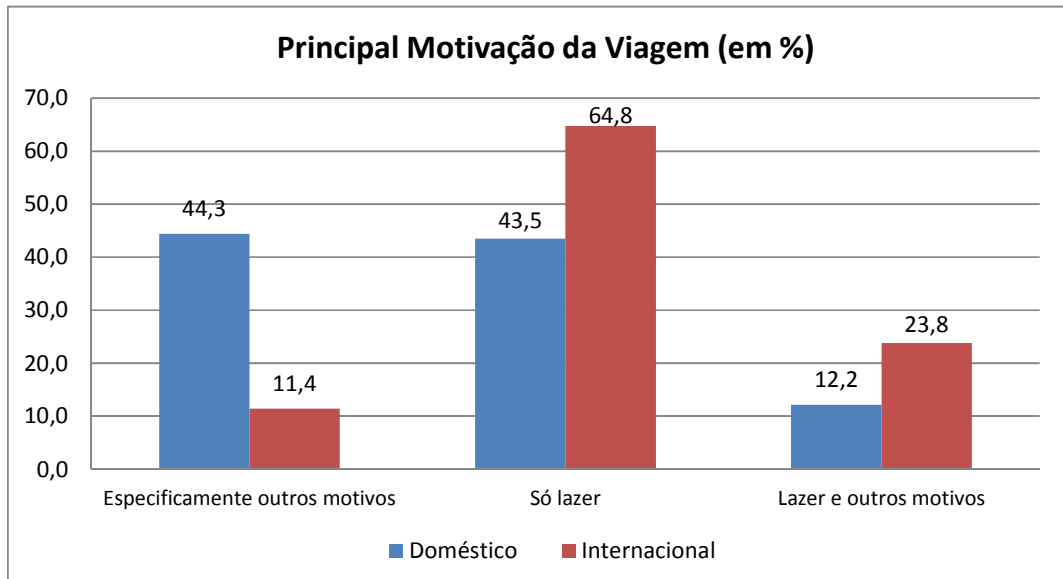
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

2.4. CARACTERÍSTICAS DAS VIAGENS DOS TURISTAS DOMÉSTICOS E DOS ESTRANGEIROS

Nesta seção serão apresentadas algumas das principais características das viagens realizadas pelos turistas ao Estado da Bahia. Visando obter resultados que contribuam para o melhor conhecimento da realidade do turismo no Estado e ao aprimoramento das estratégias de suas políticas públicas, essas características serão analisadas e confrontadas por origem dos turistas, nacionais ou estrangeiros.

2.4.1.1. Motivação da Viagem

Para os Turistas Domésticos predominam as motivações Outros Motivos que não Lazer (44,3%), particularmente devidos às Visitas de Parentes ou Amigos. Já, entre os turistas internacionais, a motivação Lazer é determinante, respondendo por 64,8%.



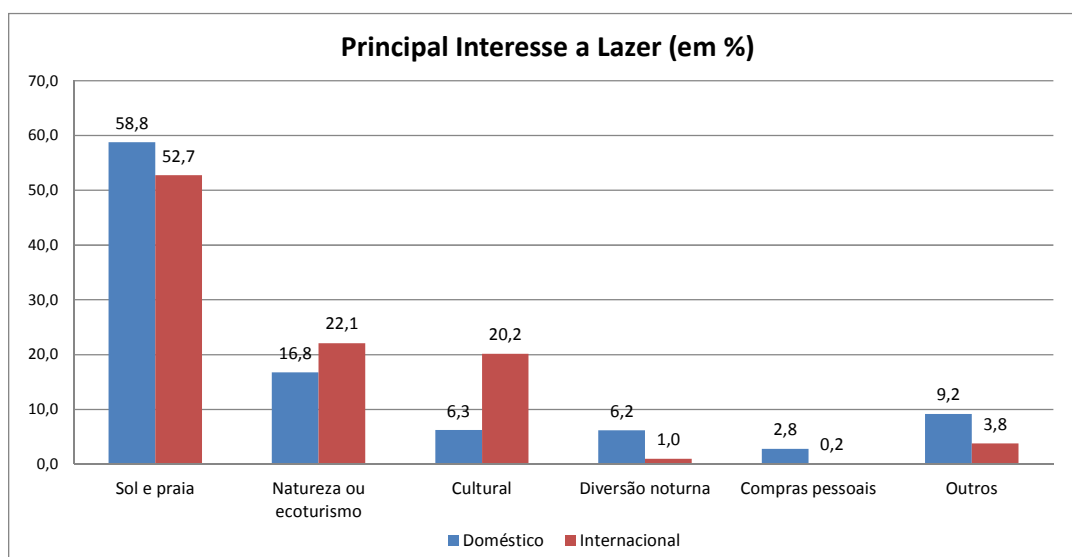
2.4.1.2. Motivo da Viagem a Lazer⁴

Dos que viajam a Lazer, turista domésticos ou internacionais, Sol e Praia é destacadamente o principal motivo (58,8% para domésticos e 52,7% para internacionais) do total. Outros aspectos da natureza explicam também outras importantes parcelas destas viagens: Natureza e Ecoturismo respondem por 16,8% para os domésticos e 22,1% para os estrangeiros. Segue-se o motivo Atrativos Culturais, particularmente para os turistas internacionais, para os quais esta alternativa responde por 20,2%, contra 6,3% para os brasileiros.

⁴ Essa questão foi respondida somente por turistas que disseram ter como principal motivo da viagem o LAZER ou LAZER E OUTROS MOTIVOS.

Principal Interesse a Lazer (em %)		
Interesses	Doméstico	Internacional
Sol e praia	58,8	52,7
Natureza ou ecoturismo	16,8	22,1
Cultural	6,3	20,2
Diversão noturna	6,2	1,0
Compras pessoais	2,8	0,2
Esporte e aventura	2,2	2,0
Enoturismo	1,3	0,0
Rural	0,9	0,1
Pesca	0,7	0,0
Golfe	0,6	0,0
Náutico	0,5	0,0
GLBT	0,2	0,0
Turismo indígena	0,1	1,1
Arqueológico	0,1	0,0
Turismo afro-étnico	0,1	0,1
Outros	2,6	0,5
Total	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

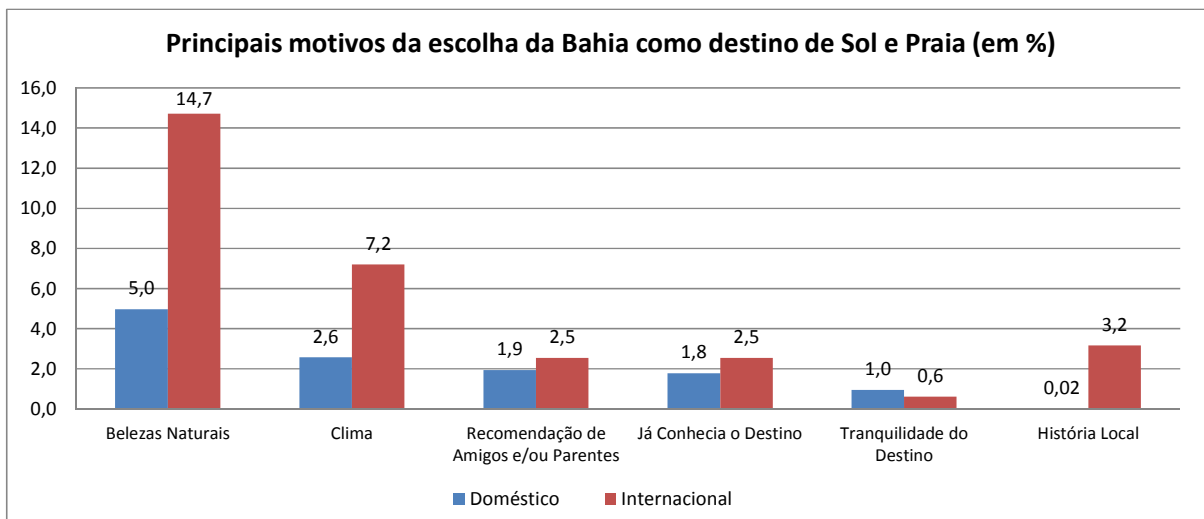


2.4.1.3. Razão da Escolha da Bahia, quando Motivo Sol e Praia.⁵

Nessa questão aberta, as Belezas Naturais do Estado foi o motivo mais citado pelos turistas, tanto pelos domésticos (5,0%), como pelos internacionais (14,7%), como principal justificativa da escolha da Bahia quando o motivo é Sol e Praia. O Clima ficou em segundo lugar, com 2,6% das respostas dos turistas domésticos e 7,2 % dos internacionais. Em terceiro, entre os turistas domésticos, aparece Recomendação de

⁵ Questão aberta, respondida apenas por aqueles que citaram “Sol e Praia” como motivo da viagem a lazer.

Amigos e/ou Parentes, com 1,9%; já para os turistas internacionais, a terceira maior motivação foi por Amigos e/ou Parentes que Residem no Estado, com 6,6 % das respostas.



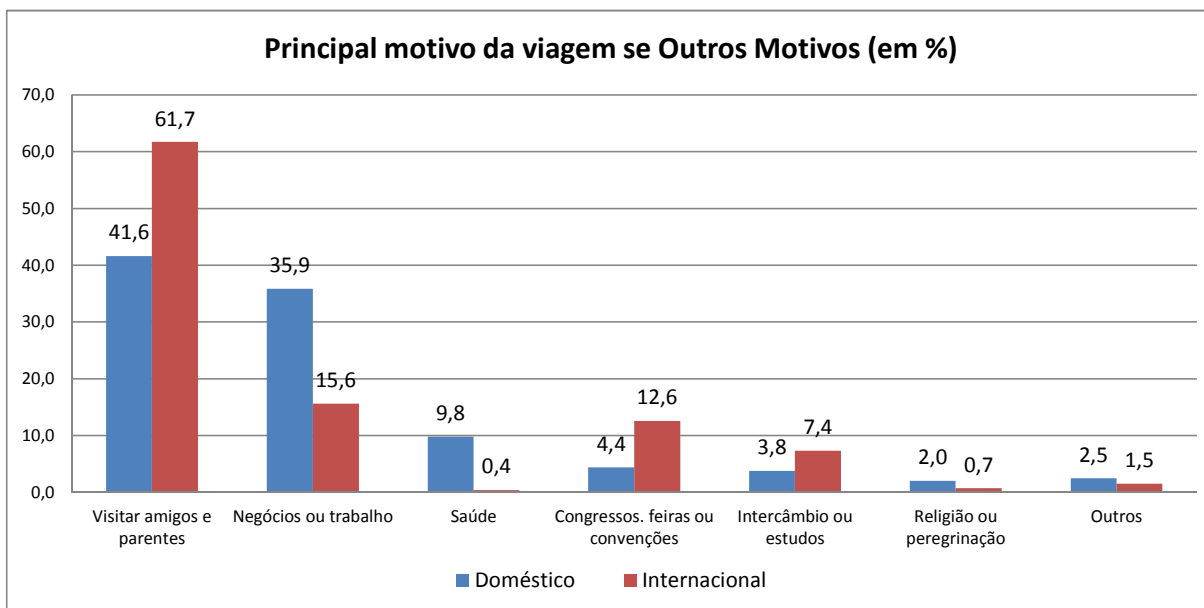
2.4.1.4. Motivo da Viagem, dentre Outros Motivos⁶

Dentre as alternativas Especificamente Outros Motivos ou Lazer e Outros Motivos, Visita a Amigos ou Parentes prepondera, tanto para os visitantes domésticos (41,6% dos 56,5%), quanto para os estrangeiros (61,7% dos 35,2%). Segue o motivo Negócios ou Trabalho com incidências de 35,9% para os turistas domésticos e de 15,6% para os estrangeiros.

Principal motivo da viagem se Outros Motivos (em %)		
Interesses	Doméstico	Internacional
Visitar amigos e parentes	41,6	61,7
Negócios ou trabalho	35,9	15,6
Saúde	9,8	0,4
Congressos, feiras ou convenções	4,4	12,6
Intercâmbio ou estudos	3,8	7,4
Religião ou peregrinação	2,0	0,7
Outros	2,5	1,5
Total	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

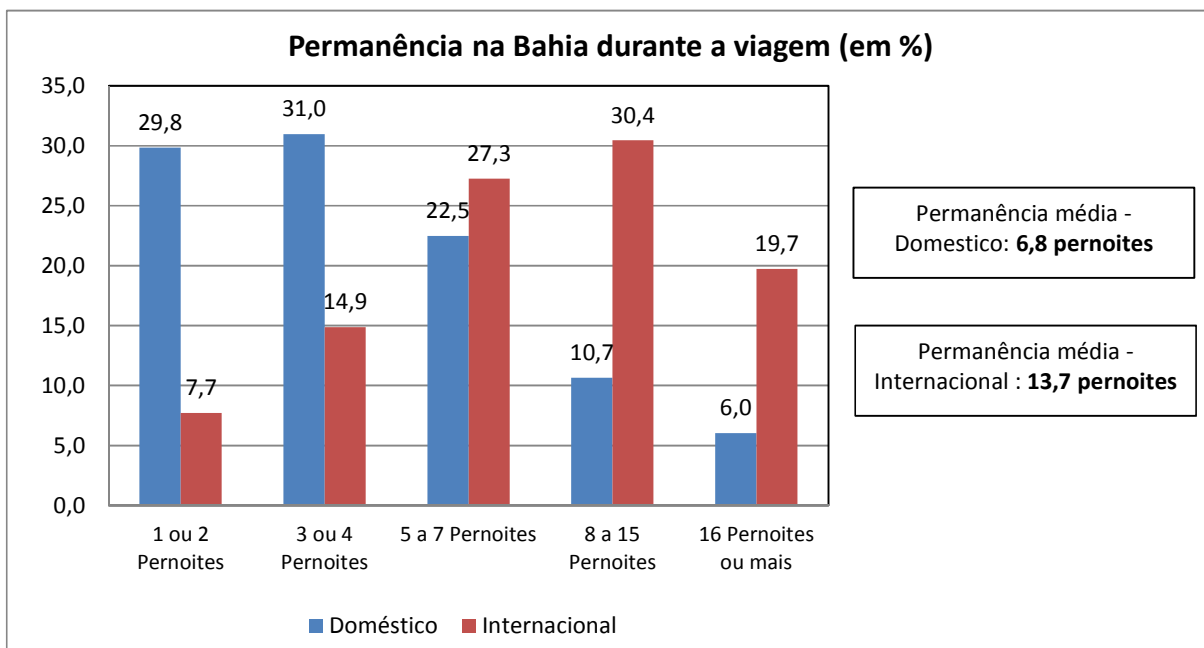
⁶ Essa questão foi respondida somente por turistas cujo principal motivo da viagem é Especificamente Outros Motivos ou Lazer e Outros Motivos.



2.4.1.5. Permanência dos Turistas no Estado da Bahia

Os turistas domésticos permanecem em média 6,8 dias no Estado da Bahia, sendo que 3 ou 4 pernoites são mais frequentes (31,0%), seguido de 1 ou 2 pernoites (29,8%). Ou seja, predomina a permanência inferior a 4 pernoites (mais de 60% dos casos).

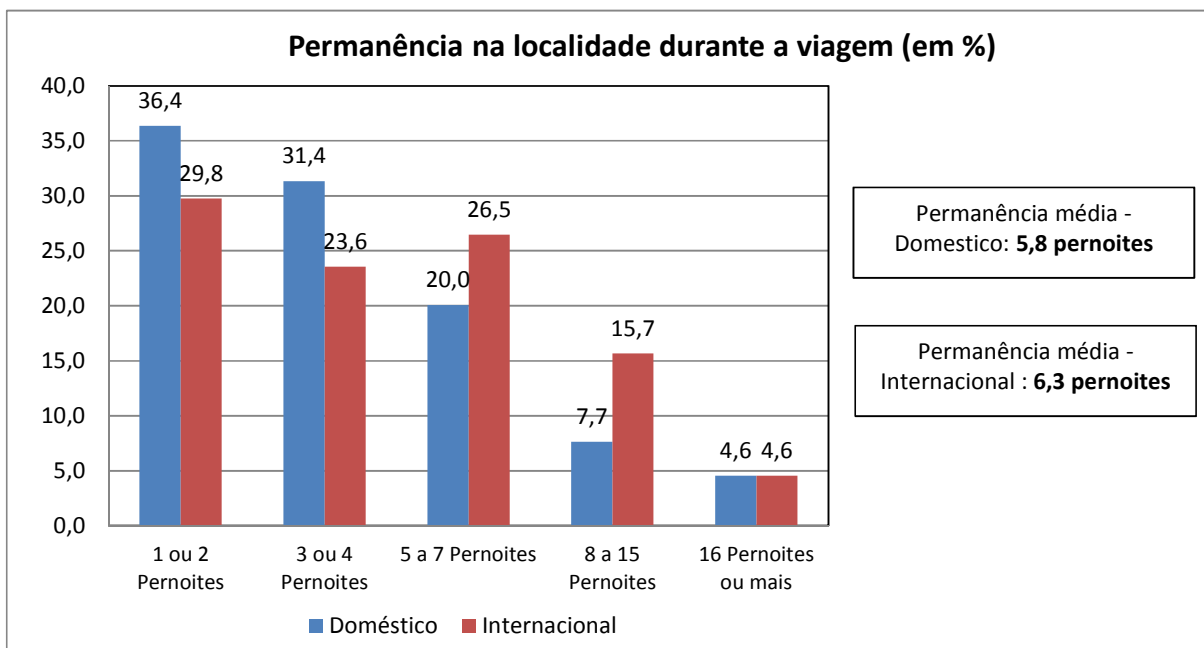
Já os turistas internacionais permanecem em média 13,4 pernoites no estado da Bahia, ou seja, quase o dobro da permanência dos domésticos. A classe mais frequente situa-se entre 8 a 15 pernoites (30,4%), seguida da classe 5 a 7 pernoites (27,3%), de modo que a maioria (57,7%) permanece mais de 5 dias..



2.4.1.6. Permanência na localidade de pesquisa

Como a média de permanência dos turistas domésticos no Estado é de 6,8 dias e de 5,8 dias numa dada localidade pesquisada, pode-se inferir uma permanência adicional de apenas 1 dia, por conta de novas alternativas de visitação.

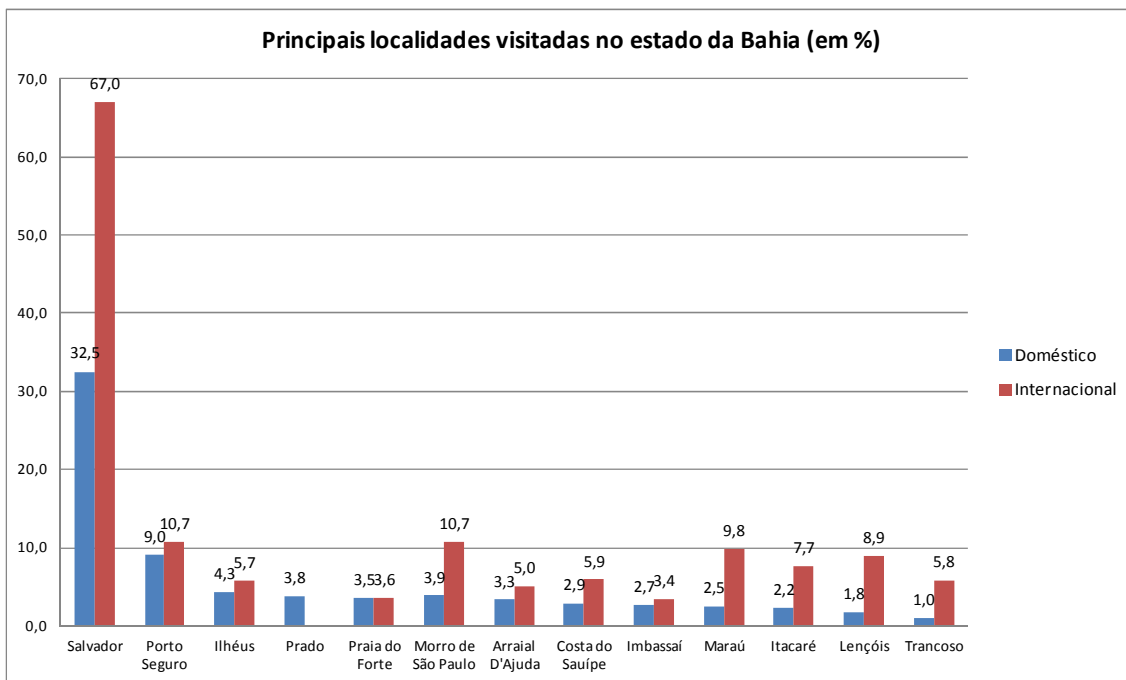
No caso dos turistas internacionais, os dados de que a média de permanência no Estado é de 13,7 dias e da localidade da pesquisa é de 6,3 dias, - um acréscimo de mais do que o dobro do período -, indicam que estes turistas visitam mais de uma localidade no Estado.



2.4.1.7. Cidades mais Visitadas na Bahia

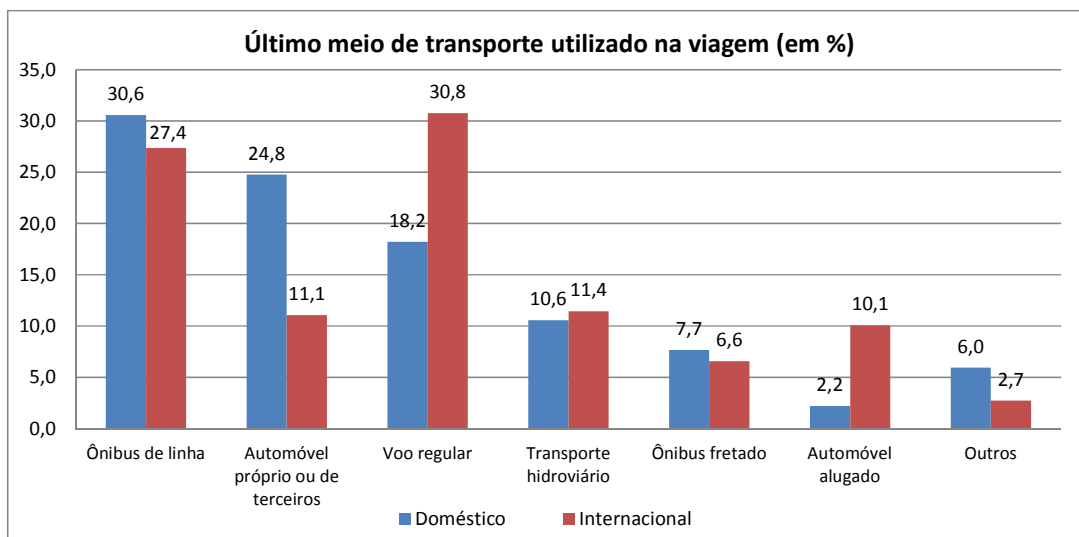
Salvador, a Capital do Estado, é a localidade mais visitada, tanto pelos turistas domésticos (32,2%), quanto pelos estrangeiros (67,0%), sendo destacadamente destino mais relevante para os do exterior. Isto porque, muitas das viagens domésticas têm como origem o próprio Estado, - predominantemente Salvador -, além do fato de que, sendo Visita a Parentes ou Amigos uma das principais motivações das viagens, as localidades de destino destes visitantes são mais diversificadas.

Afora Salvador, as localidades mais visitadas pelos turistas brasileiros são: Porto Seguro (9,0%) e Ilhéus (4,3%). Já entre os locais preferidos pelos turistas estrangeiros, destacam-se: Porto Seguro e Morro de São Paulo (10,7%), Marau (9,8%) e Lençóis (8,9%).



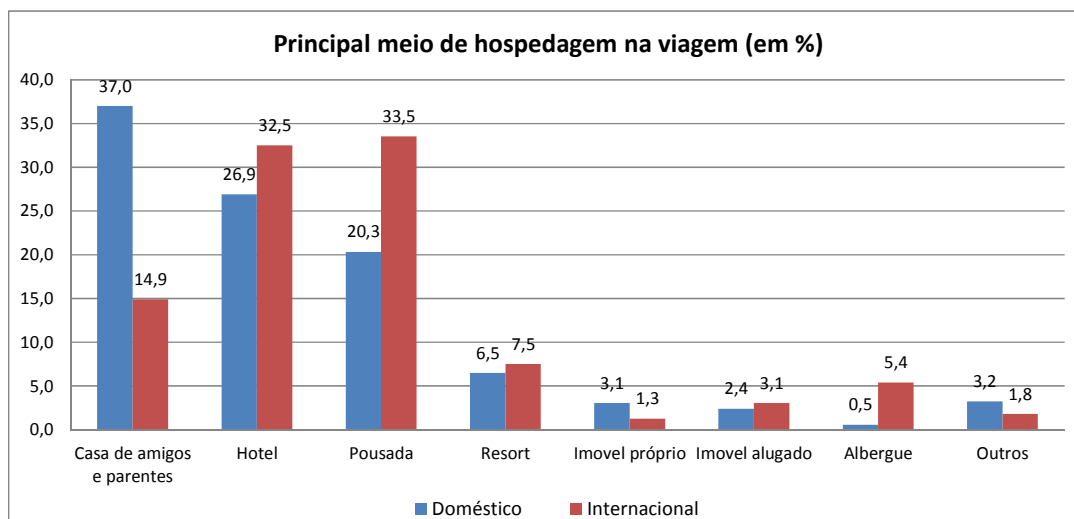
2.4.1.8. Transporte utilizado para chegar à localidade

Ônibus de linha (30,6%) é o meio de transporte mais utilizado pelos turistas domésticos, seguido por Automóvel próprio ou de terceiros (24,8%). O meio de transporte mais utilizado entre os turistas internacionais é Voo regular (30,8%), seguido por ônibus de linha (27,4%).



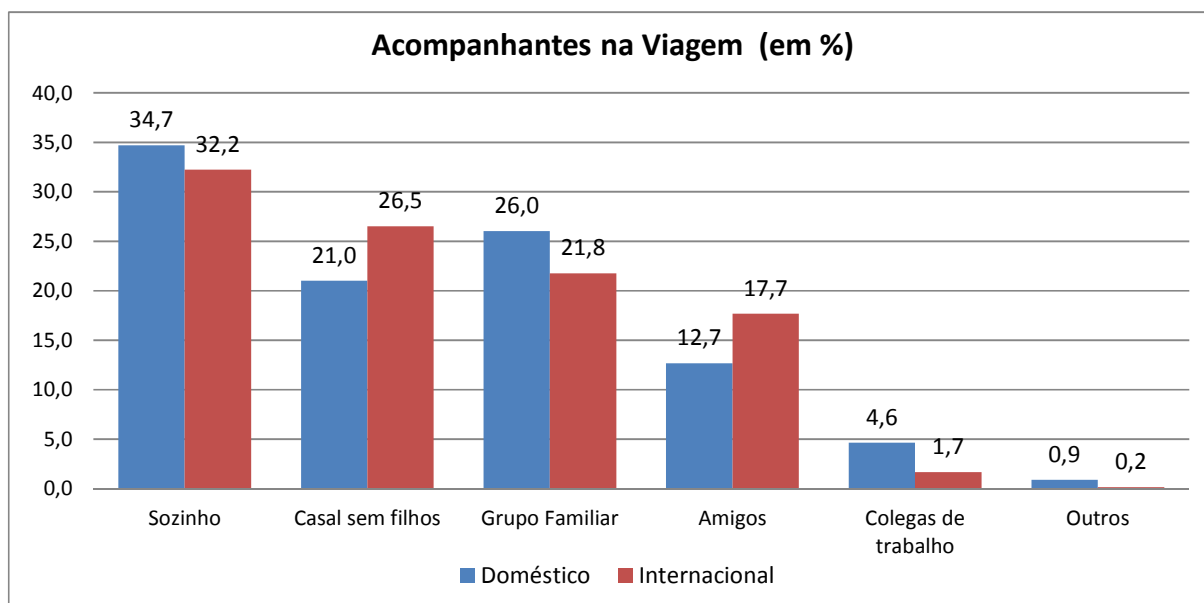
2.4.1.9. Meio de Hospedagem

A maioria dos turistas domésticos se hospeda na Casa de Amigos ou Parentes (37,0%) e em hotel (26,9%). Já os turistas internacionais se hospedam, em sua maioria, em Pousada (33,5%) e Hotel (32,5%).



2.4.1.10. Acompanhantes na Viagem

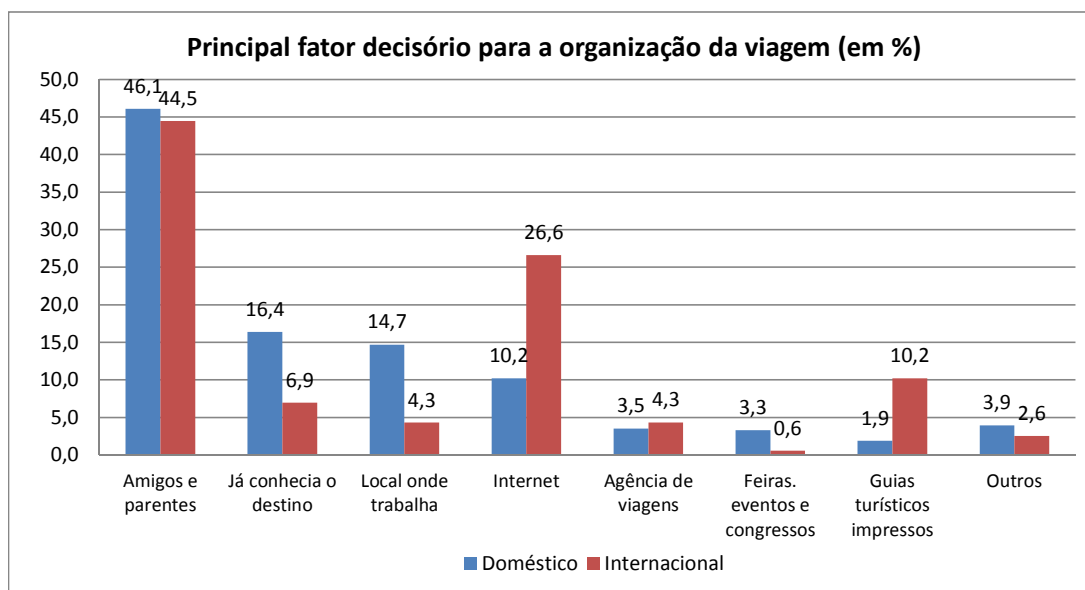
Expressivas parcelas dos turistas domésticos (34,7%) e internacionais (32,2%) realizam sozinhos as viagens ao Estado. Casal sem filhos também possui uma incidência significativa (21,0% no caso dos domésticos e 26,5% para os estrangeiros).



2.4.1.11. Fator Decisório da Viagem

É reconhecido que as decisões de viagem não se resumem a um único fator. Em geral, os fatores vão se acumulando, iniciando-se ora por uma informação de amigo ou parente, ora por um anúncio em jornal ou revista, em mídia eletrônica, em *outdoor* etc. Ainda assim, é importante investigar quais os fatores foram mais determinantes para a decisão das viagens na opinião dos visitantes ao Estado da Bahia, tanto dos nacionais, quanto dos estrangeiros.

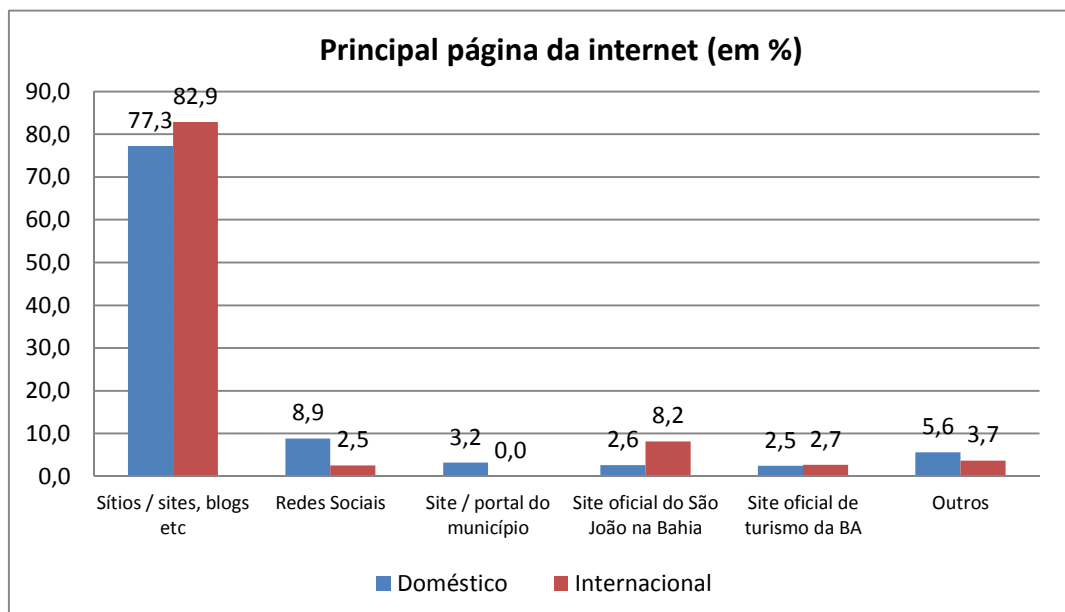
Para quase metade dos turistas domésticos (46,1%) e internacionais (44,5%) as informações de Amigos e Parentes foram o principal fator de influência para a realização da viagem. Já conhecia o destino é o segundo fator decisório para os turistas domésticos, com 16,4% de incidência; enquanto que o segundo fator decisório dos turistas internacionais é a internet (26,6%).



2.4.1.12. Principal Página da Internet⁷

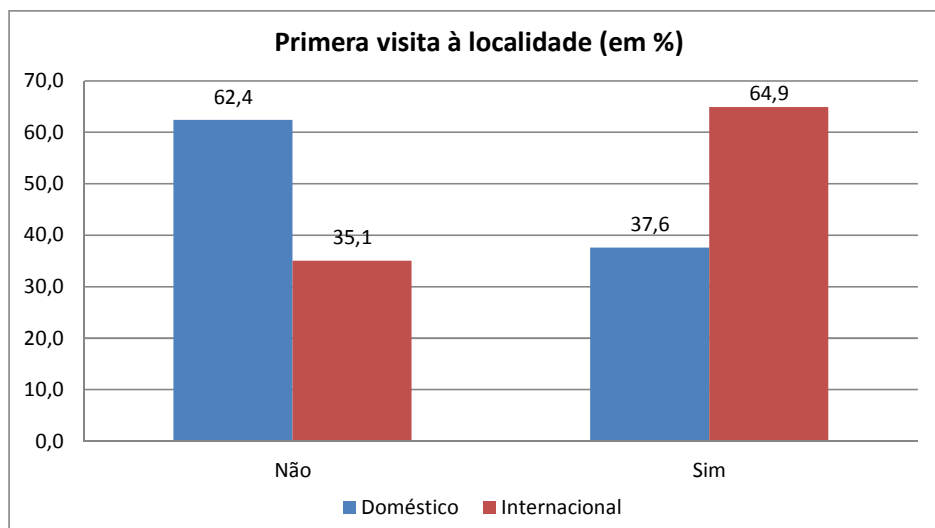
Dos que se valeram da Internet como fator decisório, verifica-se que “sítios/site, blogs etc.” foi a principal fonte de consulta utilizada: 77,3% para os turistas domésticos e 82,9% para os internacionais.

⁷ Questão respondida apenas por aqueles que se utilizaram da Internet como fator decisório para a organização da viagem (Questão 22).



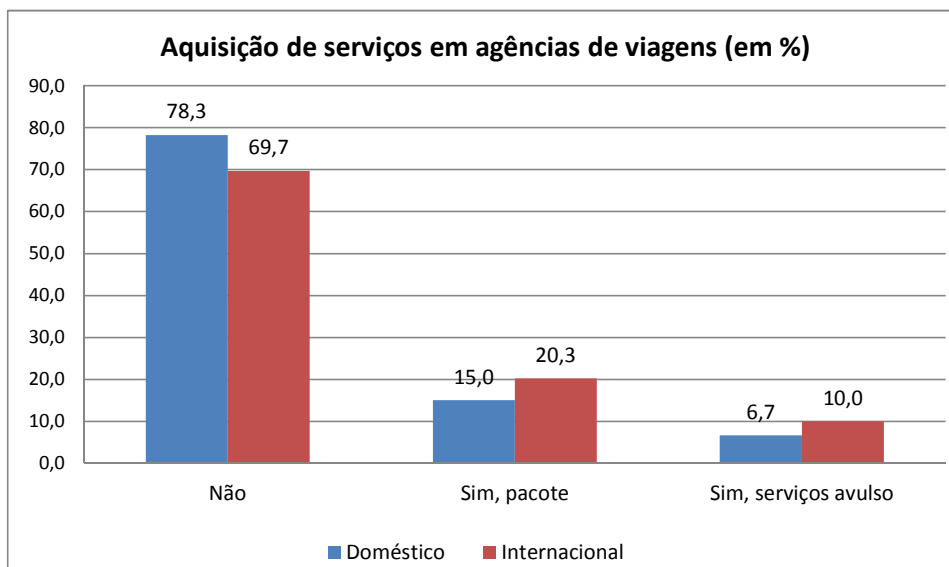
2.4.1.13. Primeira visita à localidade

A maioria dos turistas domésticos (62,4%) já tinham visitado as localidades do Estado, enquanto que, ao contrário, no caso dos internacionais, a maior parte as visitava pela 1ª vez (64,9%).



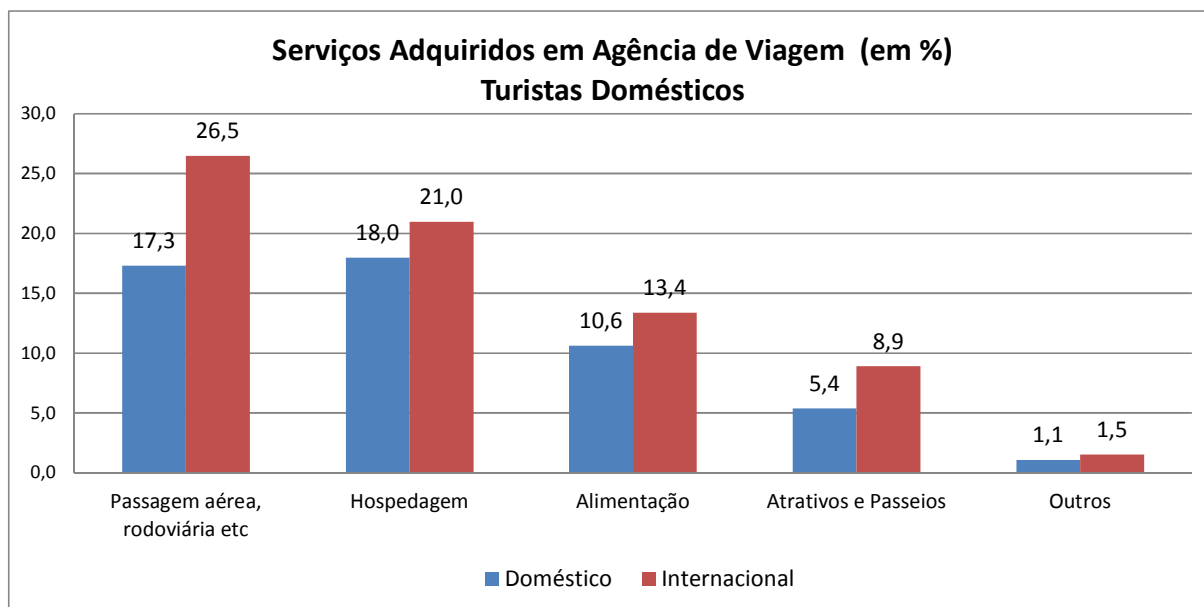
2.4.1.14. Utilização de Agências de Viagem

A maioria dos turistas domésticos (78,3%) e internacionais (69,7%) que visitam a Bahia não se utiliza de serviços de agências de viagem.



2.4.1.15. Serviços adquiridos em agência de viagem⁸

Dos que se utilizam (21,7% no caso dos brasileiros e 30,3% dos estrangeiros), verifica-se que Passagens aéreas/rodoviárias aparecem como o serviço mais adquirido, tanto pelos turistas internacionais (26,5%), como pelos domésticos (17,3%). A Hospedagem foi o segundo serviço mais comprado em agência, representando 18% dos turistas domésticos e 21% dos internacionais. Logo em seguida, aparece Alimentação, com 10,6 % das respostas dos turistas domésticos e 13,4% dos turistas internacionais.



⁸ Questão de múltipla escolha

2.4.1.16. Gasto médio em Agências de Viagem⁹

O gasto médio total dos turistas domésticos em Agências de Viagem foi de R\$ 2.384,55; enquanto que dos turistas internacionais foi de R\$ 5.594,64.

Gasto Médio em Agência de Viagem (em R\$)		
Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	2.384,55	5.594,64

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

2.4.1.17. Gasto médio no Total na Viagem, inclusive a Bahia

O gasto médio no total da viagem dos turistas domésticos foi de R\$ 1.775,72 e dos turistas internacionais foi de R\$ 7.944,23.

Gasto Médio na Viagem (em R\$)		
Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	1.775,72	7.944,23

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

2.4.1.18. Gasto médio na Bahia¹⁰

Do gasto médio no total da viagem dos turistas domésticos (R\$ 1.775,7), parcela expressiva foi consumida no Estado da Bahia (R\$ 1.079,08, cerca de 60%). Já dos estrangeiros (R\$ 7.944,2), a parcela consumida no Estado é bem menos significativa (R\$ 2.323,5, cerca de 30%). Mesmo sendo menor a parcela gasta no Estado relativamente, ainda assim os gastos dos turistas estrangeiros representam mais do que o dobro dos domésticos.

O gasto médio *per capita* dos turistas domésticos é de R\$ 595,4 e dos turistas internacionais é de R\$ 1.315,8. O gasto médio *per capita* dia dos turistas domésticos é de R\$ 88,0 e dos turistas internacionais é de R\$ 98,5.

Gasto Médio na Bahia (em R\$)		
Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	1.079,08	2.323,49
Gasto médio <i>per capita</i>	595,40	1.315,84
Gasto médio <i>per capita</i> dia	88,04	98,53

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

⁹ Dado relativo apenas ao gasto médio dos visitantes que efetivamente utilizaram serviços de agência de viagens para a visita em questão.

¹⁰ Não estão incluídos nesses gastos o valor da passagem e o valor gasto em agência de viagem.

2.4.1.19. Gasto médio na localidade¹¹

O gasto médio total realizado pelos turistas domésticos na localidade da pesquisa foi de R\$ 877,8 e pelos turistas internacionais de R\$ 1.512,4.

Gasto Médio na Localidade (em R\$)		
Gasto	Doméstico	Internacional
Gasto médio total	877,75	1.512,40

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

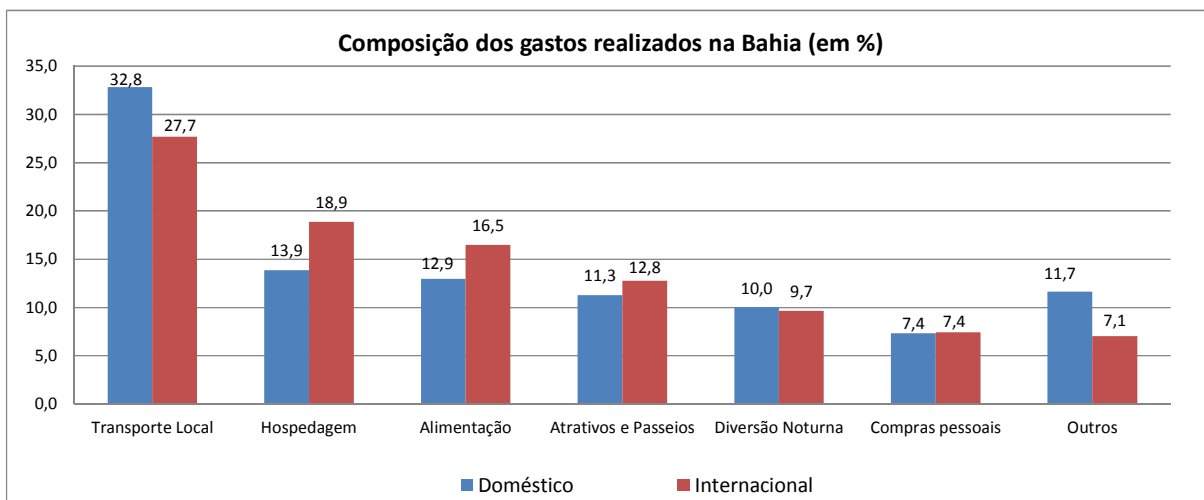
2.4.1.20. Composição dos Gastos

Hospedagem constitui-se na principal componente de gasto, tanto dos turistas domésticos (32,8%), quanto dos internacionais (27,7%). Seguem-se Alimentação (respectivamente, 13,9% e 18,9%), Compras Pessoais (12,9% e 16,5%), Atrativos e Passeios, entre outros.

Composição dos Gastos realizados na Bahia (em %)		
Serviços	Doméstico	Internacional
Hospedagem	32,8	27,7
Alimentação	13,9	18,9
Compras pessoais	12,9	16,5
Atrativos e Passeios	11,3	12,8
Diversão Noturna	10,0	9,7
Transporte Local	7,4	7,4
Outros	11,7	7,1
TOTAL	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

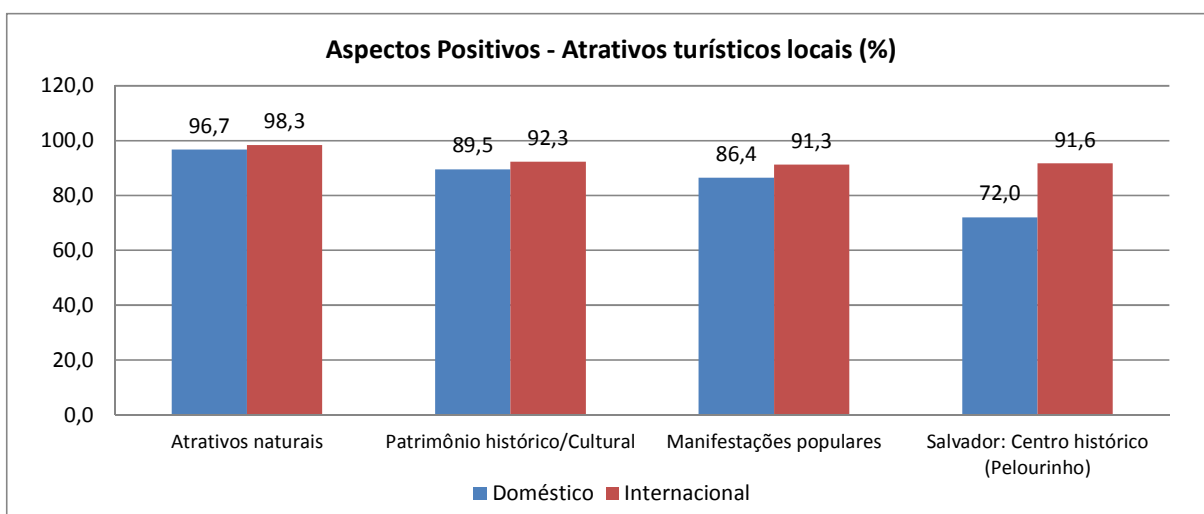
¹¹ Idem à Nota Anterior.



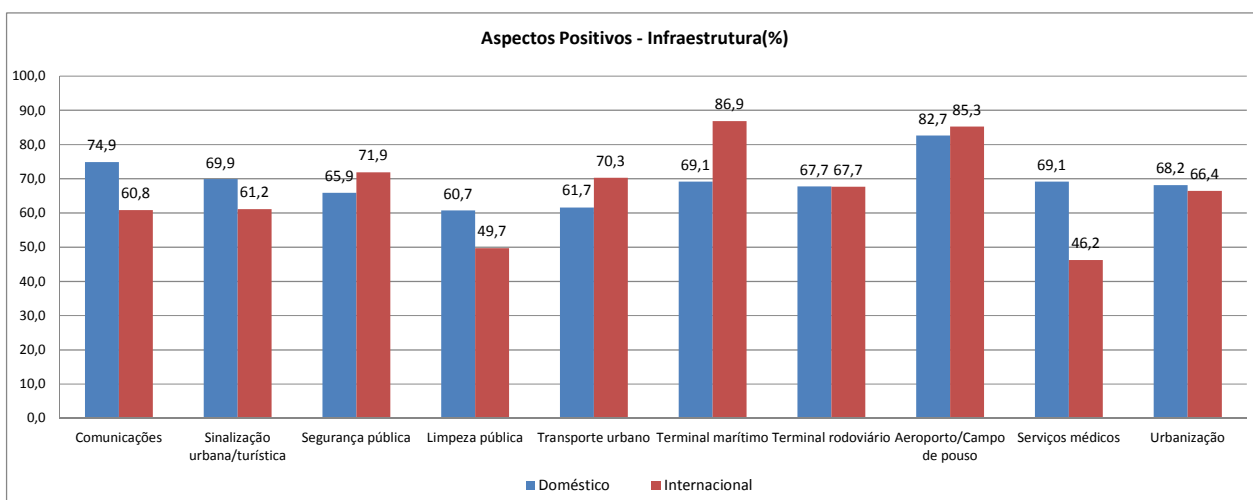
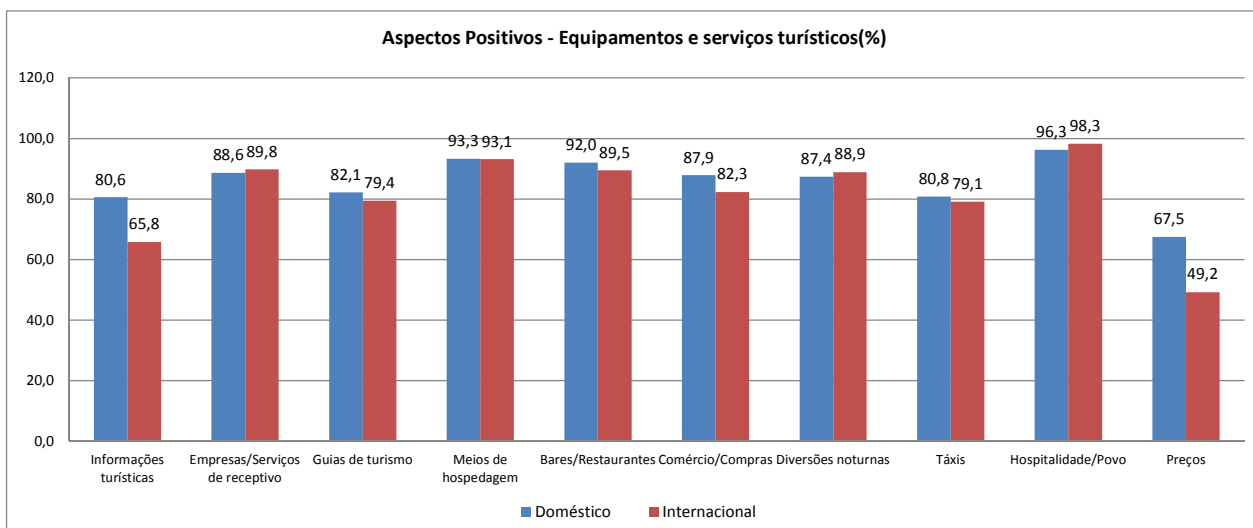
2.5. OPINIÕES SOBRE O DESTINO TURÍSTICO VISITADO

2.5.1.1. Avaliação Geral

A maioria dos turistas domésticos e internacionais avalia positivamente os aspectos gerais da localidade. Mais de 90% dos turistas domésticos avaliaram como Muito Bom ou Bom os seguintes itens: Atrativos Naturais, Meios de Hospedagem, Bares/Restaurantes e Hospitalidade da população. Exceto Bares/Restaurantes, todos os demais itens também foram bem avaliados por pelo menos 90% dos turistas estrangeiros, acrescentando-se aspectos da cultura local, tais como: Patrimônio Histórico/Cultural, Manifestações Populares e o Centro Histórico de Salvador (Pelourinho).

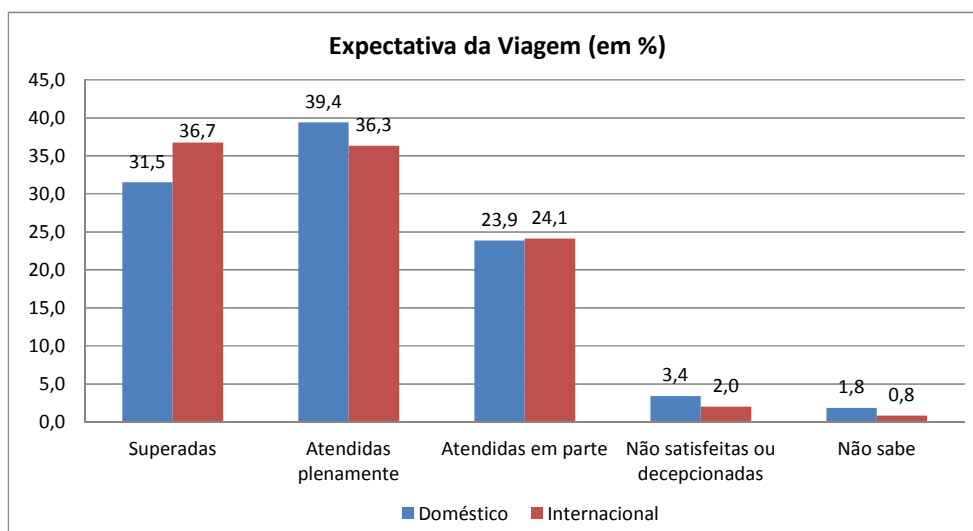


Quanto aos itens que mereceram avaliações negativas, apenas no caso dos turistas internacionais, os conceitos Ruim ou Muito Ruim, alcançaram valores superiores a 50%, especificamente para os itens: serviços médicos (53,8%), preços (50,8%) e limpeza pública (50,3%).



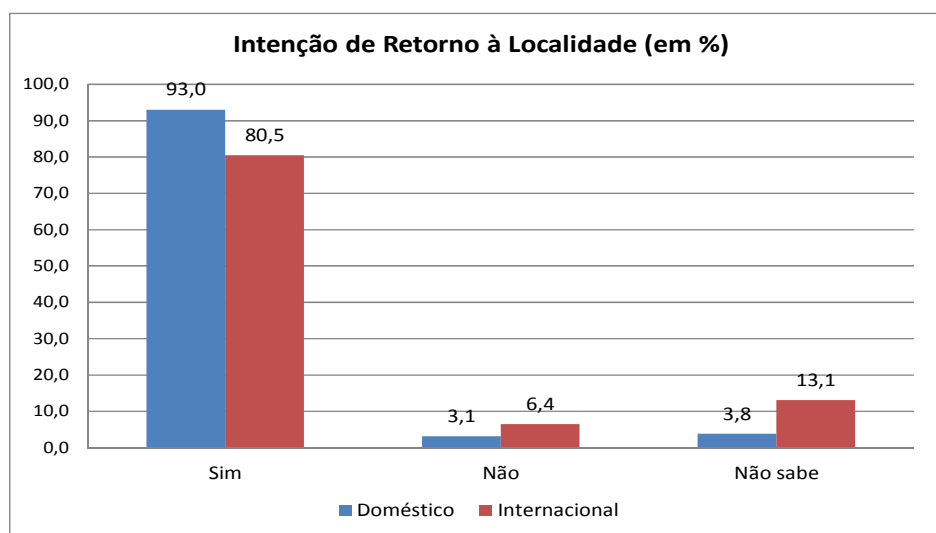
2.5.1.2. Expectativa da viagem

Quanto às expectativas de viagem, 70,9% dos turistas domésticos consideram terem sido satisfatórias (superaram 31,5% ou atenderam plenamente 39,4%), enquanto que, para os internacionais o grau de satisfação das expectativas foi de 73,0% (superaram 36,7% ou atenderam plenamente 36,3%).

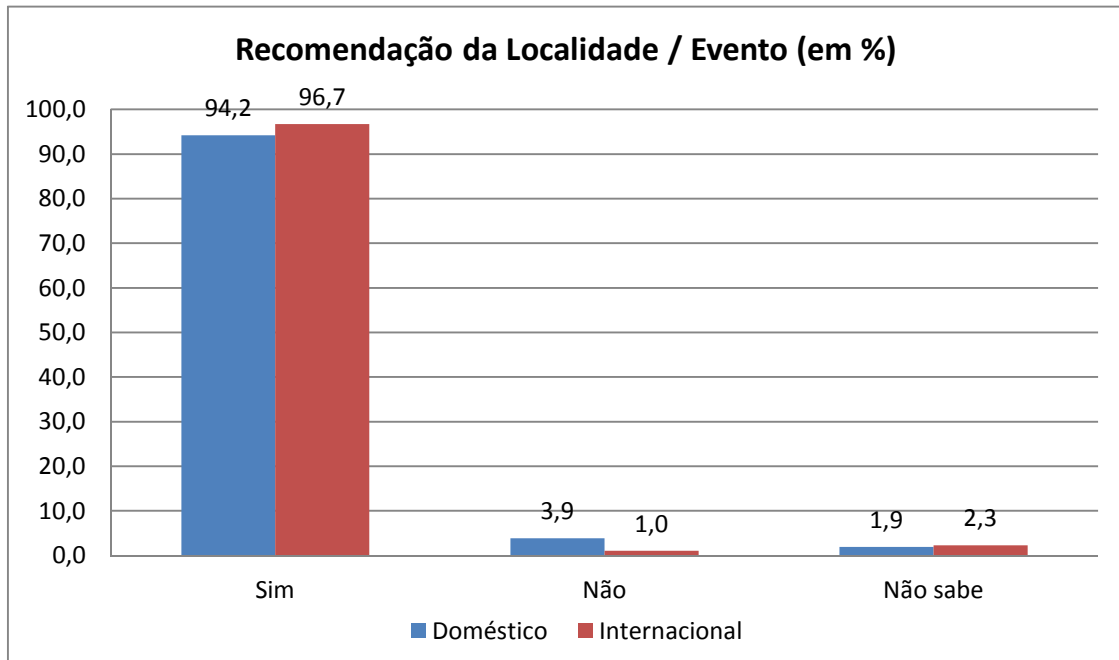


2.5.1.3. *Intenção de Retorno à Localidade e Recomendação*

Observa-se nitidamente a intenção de retornar à localidade visitada na Bahia, tanto pelos turistas domésticos (93,0%), como internacionais (80,5%).

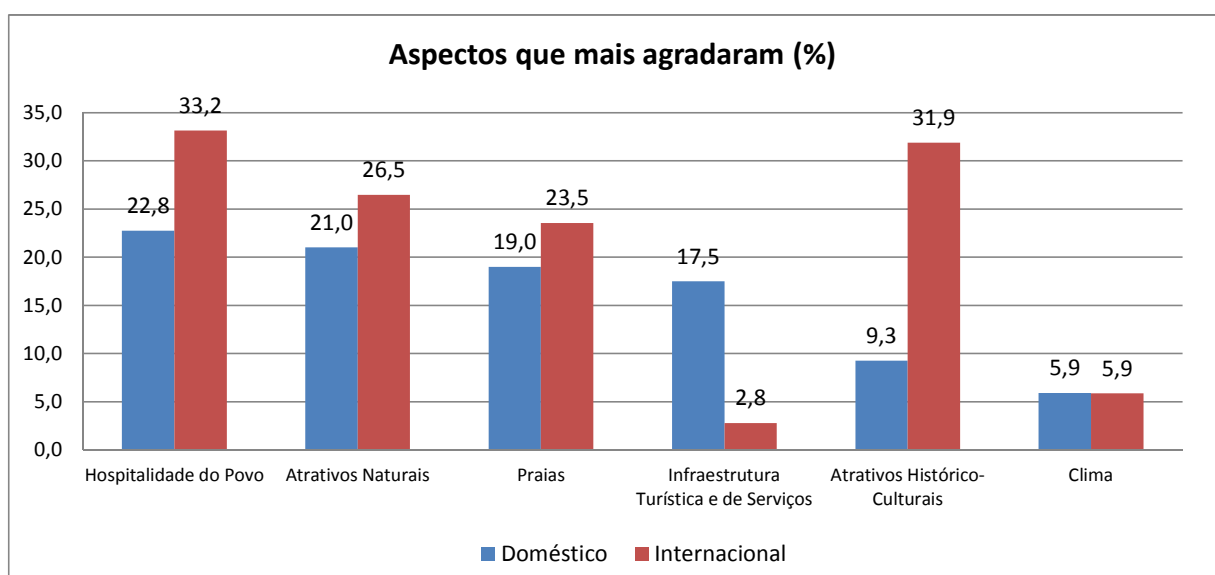


Assim também, no que tange à recomendação para que amigos ou parentes venham visitar essas localidades: 94,2% no caso dos turistas domésticos e 96,7% no caso dos internacionais.



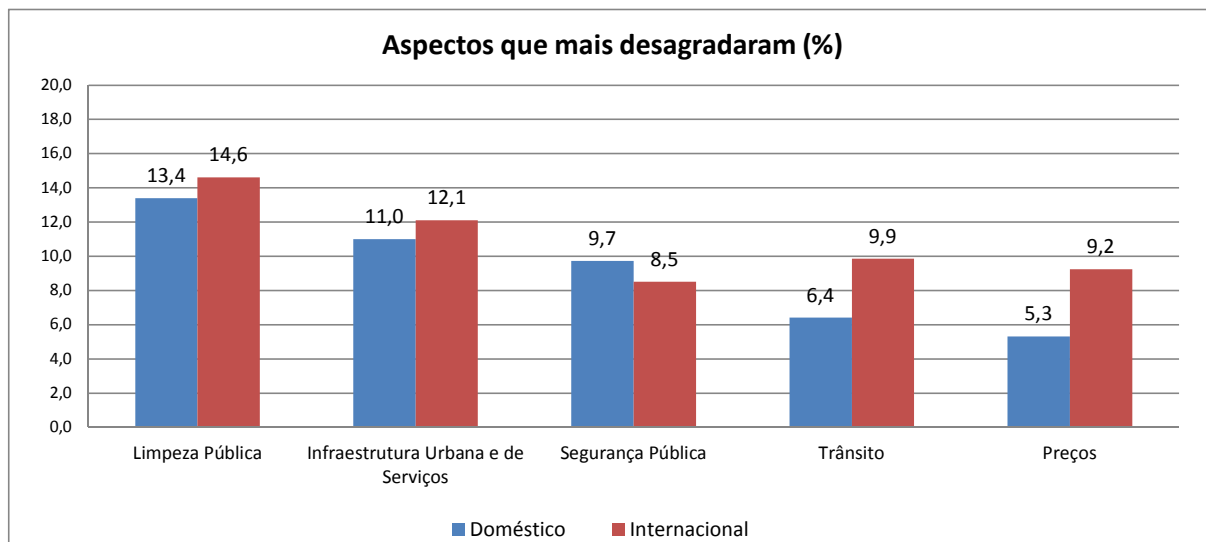
2.5.1.4. Aspectos que Agradam ou Desgradam aos Visitantes da Bahia¹²

Nessas questões abertas, os itens citados que mais agradam os turistas na Bahia referem-se à Hospitalidade do povo, representando 22,8% dos turistas nacionais e 33,2% dos internacionais. Para os turistas domésticos, Atrativos Naturais (21%) e Praias (19%) aparecem em segundo e terceiro lugar, respectivamente. Já para os turistas internacionais, Atrativos Histórico-Culturais representaram 31,9 % das respostas, ficando em segundo lugar, seguido por Atrativos Naturais (26,5%).



¹² Questão aberta.

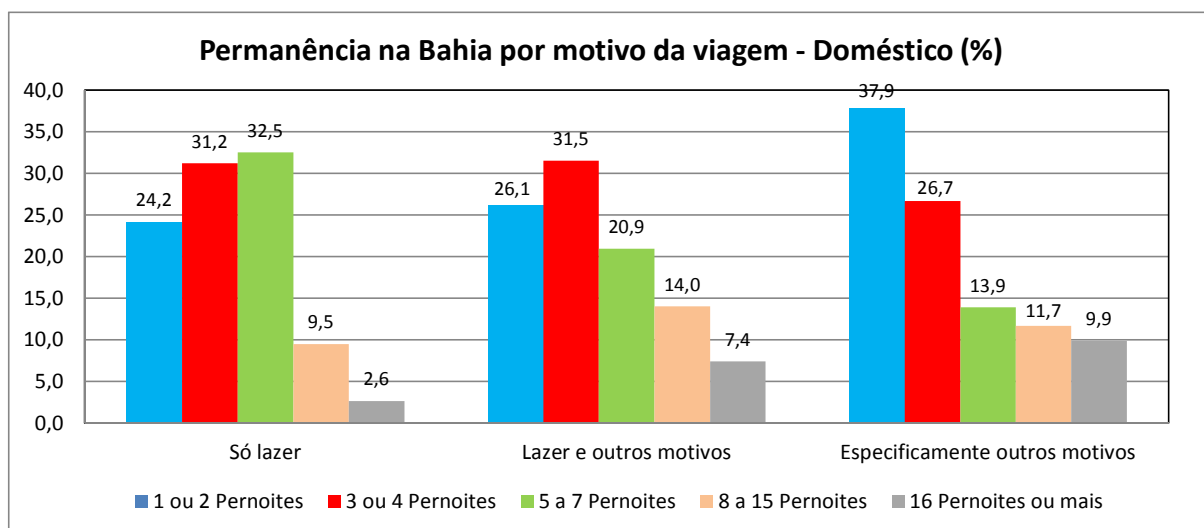
Já os itens que mais desagradam os turistas domésticos e internacionais na Bahia referem-se à limpeza pública (13,4% doméstico e 14,6% internacional) e infraestrutura urbana e de serviços (11,0% doméstico e 12,1% internacional).



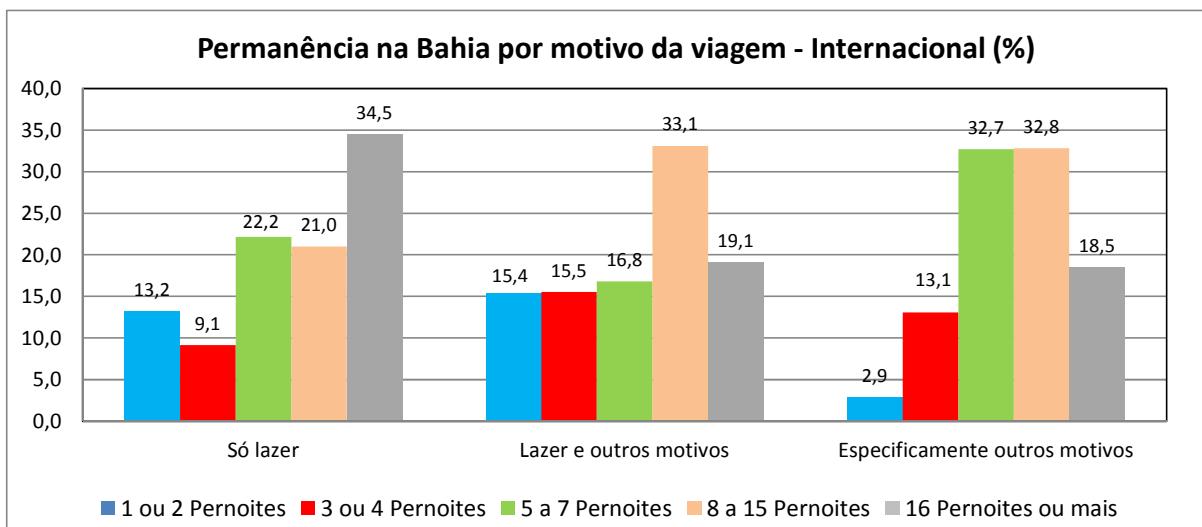
2.6.RESULTADOS DE PERMANÊNCIA E GASTOS, POR MOTIVO DE VIAGEM

2.6.1.1. Permanência média por Motivo da viagem

Os turistas domésticos permanecem em média 6,8 dias quando em visita ao Estado da Bahia, diferenciando-se segundo o motivo das viagens, entre outros fatores. Nas viagens por Outros Motivos, que não Lazer, verifica-se uma alta incidência (37,9%) para a permanência de 1 ou 2 dias e, no outro extremo, de quase 10% para mais de 15 dias. O primeiro caso pode ser explicado pela predominância das viagens intra-regionais, que permitem curtas permanências pelos baixos custos dos deslocamentos. No outro caso, o principal fator explicativo é a predominância de Visitas a Parentes ou Amigos, que barateiam a permanência no destino.

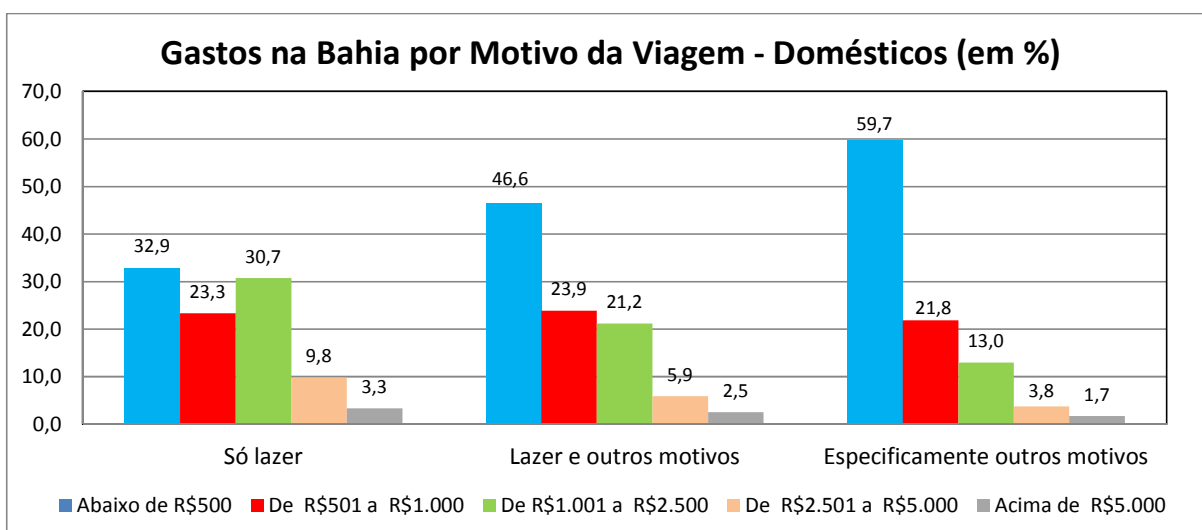


No caso dos turistas internacionais, a permanência média no Estado da Bahia é naturalmente superior a dos domésticos (13,7 dias), devido aos custos fixos dos deslocamentos a maiores distancias relativas e pela maior importância do Lazer como motivo da viagem.

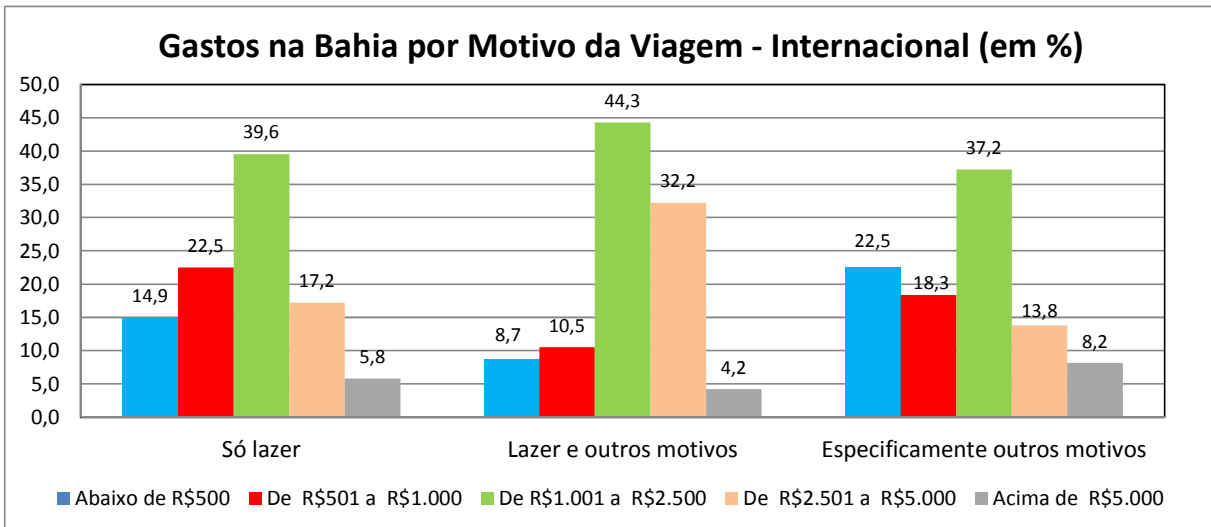


2.6.1.2. Gastos médios por Motivo da Viagem

O gasto médio dos turistas domésticos quando em vista ao Estado da Bahia é de R\$ 1.079,00, variando em função de diversos fatores, entre os quais destacam-se o motivo da viagem, permanência, origem, nível de renda, nº de acompanhantes, tipo de hospedagem, de transporte, etc. Para os indivíduos que viajam por Outros Motivos que não Lazer, em que predomina o modo Visita a Parentes ou Amigos, expressiva maioria (quase 60%) realiza gastos inferiores a R\$ 500,00. Para os demais motivos os gastos médios são superiores.



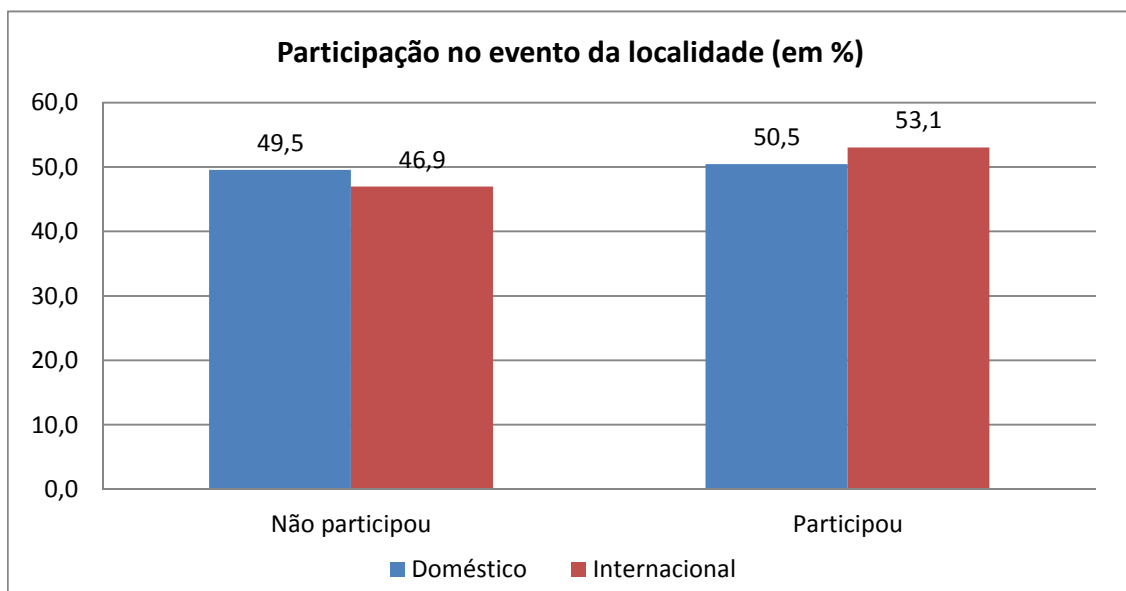
Para os turistas internacionais, que registram gastos bem superiores, mais que o dobro (R\$ 2.323,50), não se observam muitas diferenciações nos gastos por motivo das viagens, exceto para Outros Motivos, para os quais cerca de 40% gastam menos que R\$ 1.000,00.



2.7. ALGUNS RESULTADOS ESPECÍFICOS DE EVENTOS JUNINOS E RELIGIOSOS

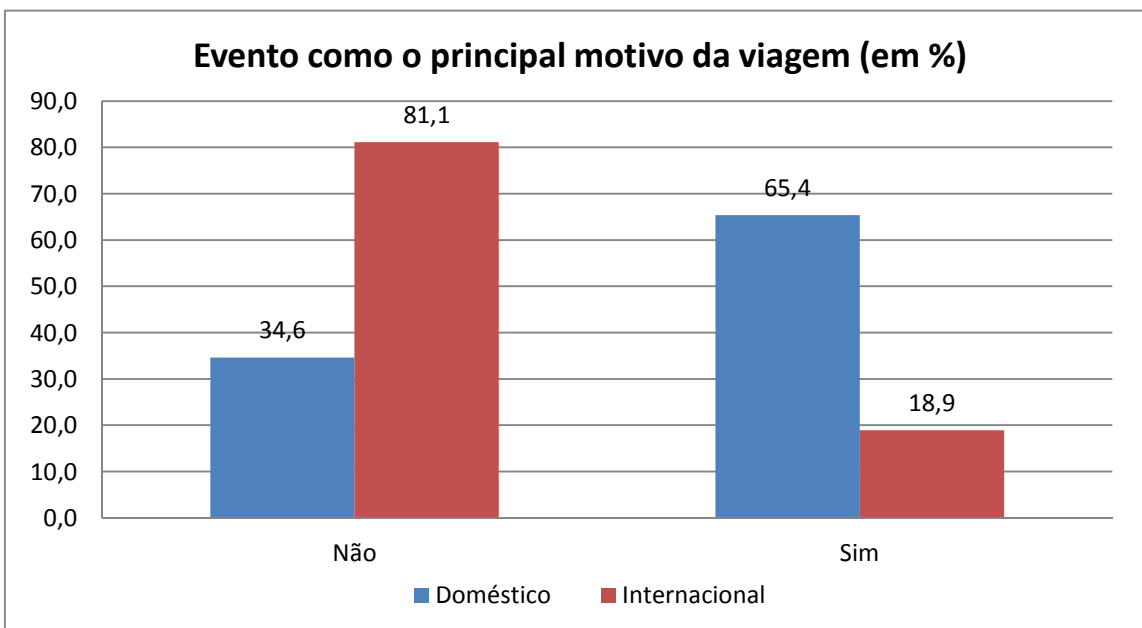
2.7.1. *Visitas às Localidades e suas Relações com a Ocorrência de Evento*¹³

Em levantamentos realizados nos momentos de ocorrência de Eventos Religiosos ou Juninos pode-se verificar que apenas pouco mais da metade das visitas participou desses Eventos, tanto os domésticos (50,5%), quanto os internacionais (53,1%).



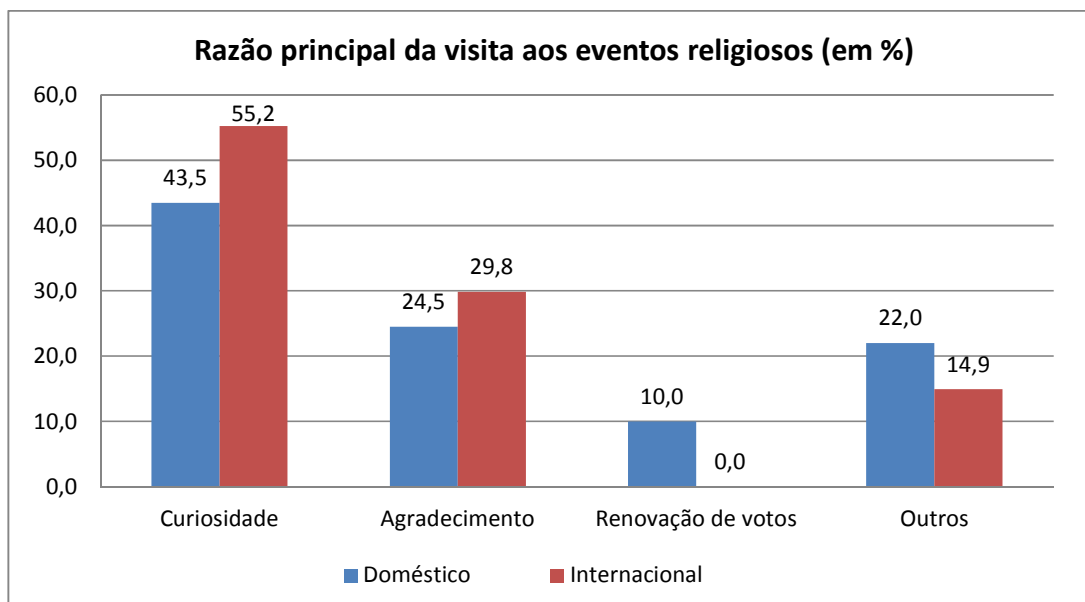
Dos que participaram das festividades, no caso dos turistas domésticos, 65,4% deles tiveram o Evento como motivo principal da viagem; enquanto que, no caso dos turistas internacionais sua importância foi bem menos expressiva (18,9%).

¹³ Estas questões constavam apenas nos formulários específicos de EVENTOS.



2.7.2. Razões da Visita aos Eventos Religiosos¹⁴

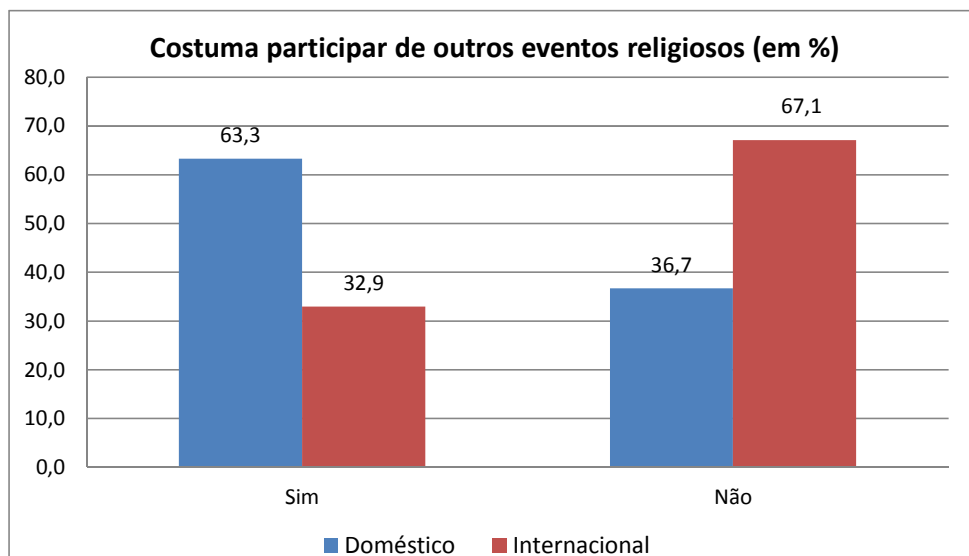
É interessante observar que a Curiosidade foi a principal razão da visita aos Eventos Religiosos, tanto dos turistas domésticos (43,5%), quanto dos internacionais (55,2%). Agradecimentos às Bênçãos foi a segunda principal razão: 24,5% para os turistas domésticos e 29,8% para os internacionais.



¹⁴ Esta questão esteve presente apenas nos questionários específicos de EVENTOS RELIGIOSOS.

2.7.3. *Costume de participar de outros eventos religiosos*¹⁵

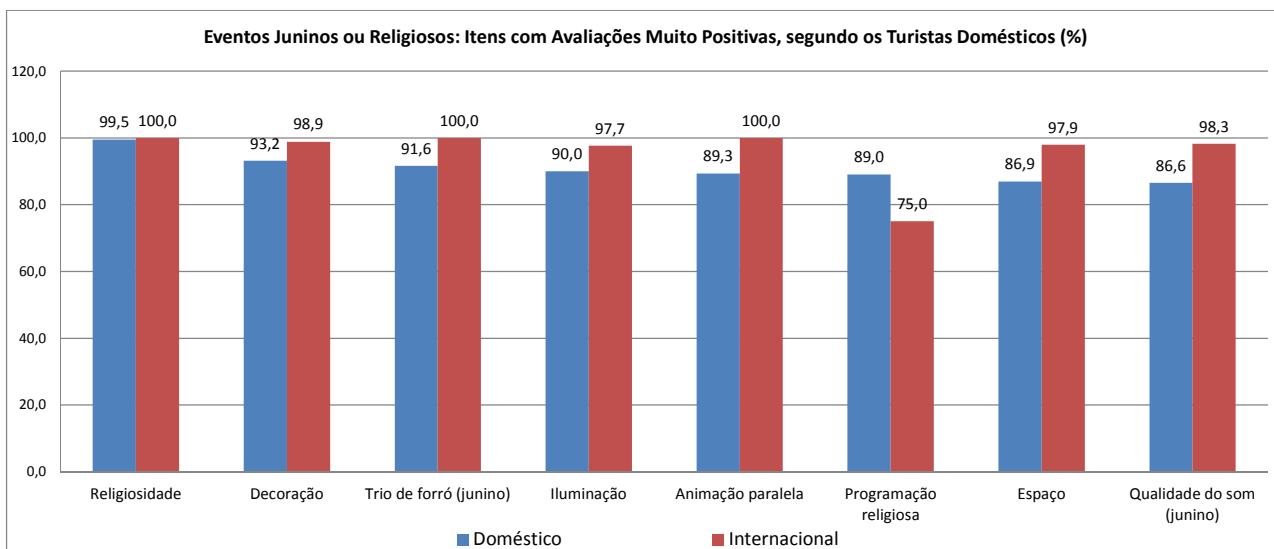
Entre os turistas que participaram das festas religiosas, 63,3% dos turistas domésticos disseram que têm o costume de participar de outros eventos religiosos; enquanto que 67,1% dos turistas internacionais disseram não possuir o costume de participar de outros eventos religiosos.



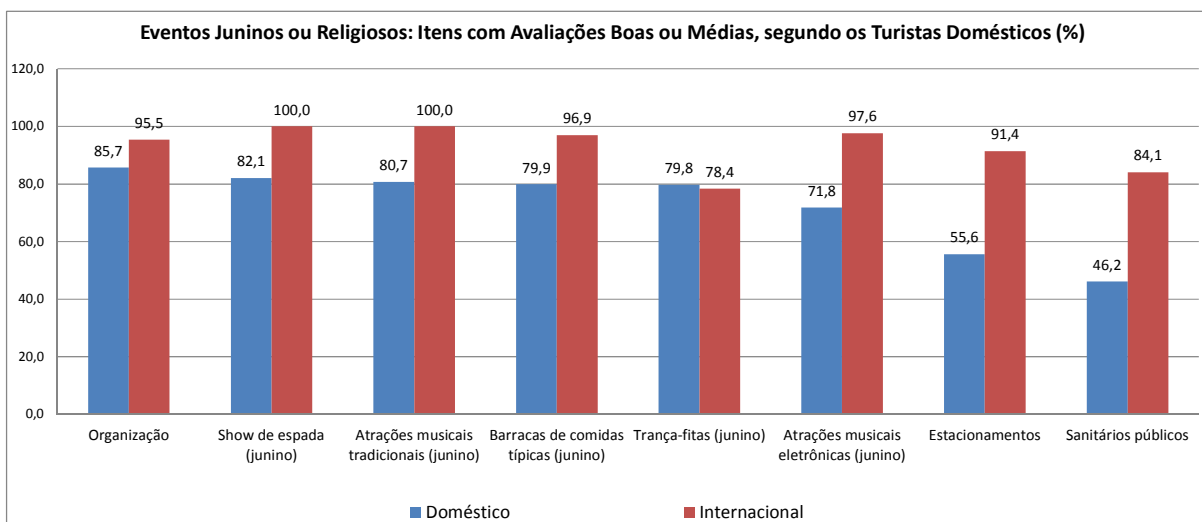
2.7.4. *Avaliação Específica - Eventos*

Os eventos Juninos e Religiosos da Bahia foram avaliados com o conceito Bom ou Muito Bom pela maioria dos turistas domésticos e internacionais. Os itens com maiores incidências de avaliações positivas pelos turistas domésticos foram: Religiosidade (99,5%), Decoração (93,2%), Trio de forró (junino) (91,6%) e Iluminação (90,0%). Já, no caso dos turistas internacionais, mereceram 100% de aprovação os seguintes itens: Religiosidade, Animação paralela, Atrações musicais tradicionais (junino), Concurso de quadrilha (junino), Trio de forró (junino) e Show de espada (junino).

¹⁵ Esta questão esteve presente apenas nos questionários específicos de EVENTOS RELIGIOSOS.



Mereceram avaliações menos positivas por parte dos turistas domésticos os serviços de Estacionamento e de Sanitários Públicos, cuja soma de Ruim e Muito Ruim alcançaram, respectivamente, 44,4% e 53,8%.



2.8. ALGUNS RESULTADOS PARA AS PRINCIPAIS LOCALIDADES DA PESQUISA

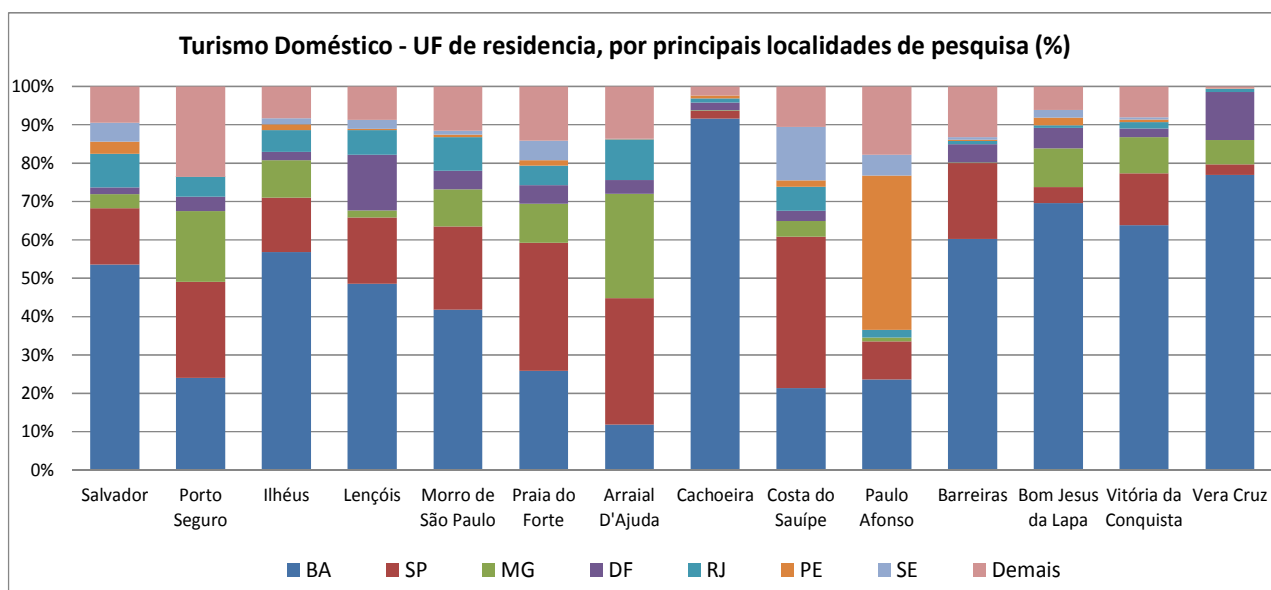
Nesta seção são apresentados alguns dos principais resultados da pesquisa, por localidades selecionadas.

2.8.1. Turistas Domésticos

Como salientado, também na Bahia predomina o Turismo Intra-Estadual, destacando-se que mais de 50% provém do próprio Estado nas seguintes localidades: em

Salvador 53,6%, Ilhéus 56,8, Cachoeira 91,6%, Barreiras 60,2%, Bom Jesus da Lapa 69,6%, Vitória da Conquista 63,8% e Vera Cruz 76,9%.

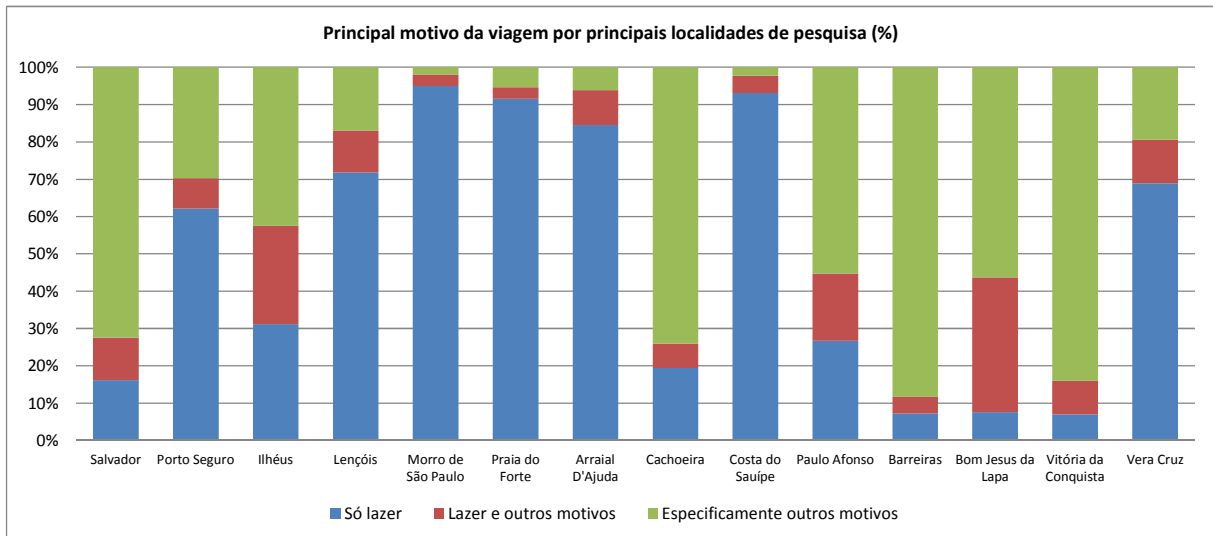
É interessante notar que, em algumas localidades litorâneas da Bahia, o Estado de São Paulo é a principal emissor, superando a própria Bahia: Porto Seguro (25,0%), Praia do Forte (33,4%), Arraial D´Ajuda (32,9%) e Costa do Sauípe (39,4%). Assim também, Pernambuco supera a Bahia em Paulo Afonso, devido as suas relações de proximidade.



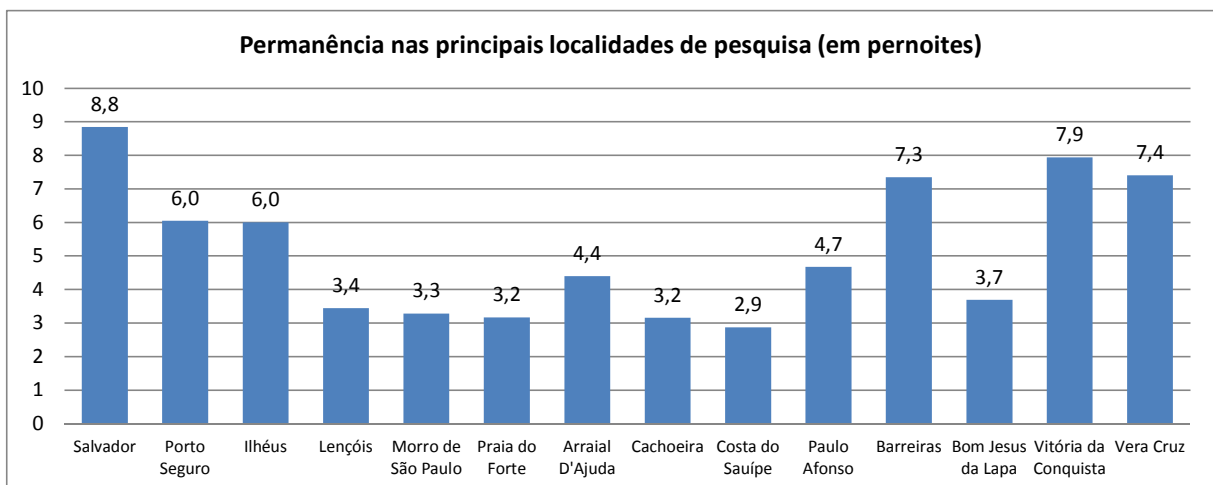
2.8.2. Motivo da viagem e Permanência média

O Lazer se destaca como motivo da viagem nas seguintes localidades: Porto Seguro (62,1%), Lençóis (71,9%), Morro de São Paulo (95,0%), Praia do Forte (91,6%), Arraial D´Ajuda (84,5%), Costa do Sauípe (93,1%) e Vera Cruz (68,9%). É importante observar que todas essas localidades se destacam por suas belezas naturais e, com exceção de Lençóis, são cidades litorâneas.

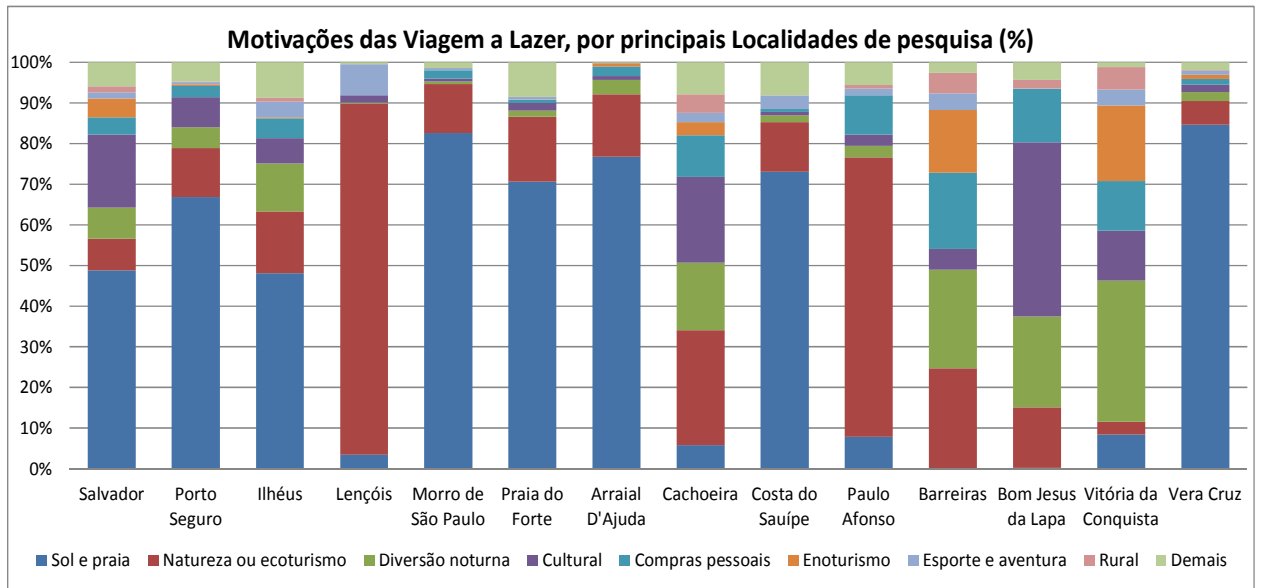
Por sua vez, Outros Motivos que não Lazer predominam como razão das viagens para: Salvador (72,5%), Cachoeira (74,1%), Paulo Afonso (55,3%), Barreiras (88,2%), Bom Jesus da Lapa (53,6%) e Vitória da Conquista (84,1%), predominam as viagens por.



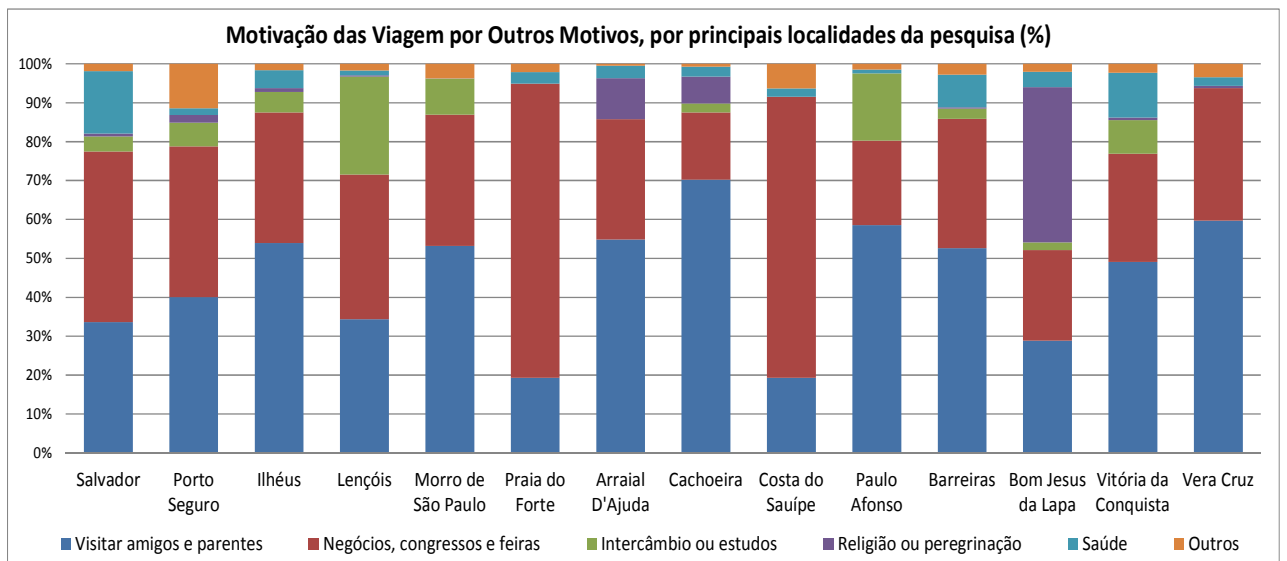
Observa-se, no gráfico a seguir que, nas localidades onde predominam viagens a Lazer, a Permanência média é significativamente menor do que nas localidades onde preponderam viagens por Outros Motivos.



Restritos apenas às viagens a Lazer, observa-se, naturalmente, que nas cidades litorâneas destaca-se a motivação Sol e Praia. Assim como nas localidades ricas em Patrimônios Naturais, como Lençóis (86%) e Paulo Afonso (69%), prepondera a motivação Natureza ou Ecoturismo, e, em Vitória da Conquista e Barreiras, Enoturismo revela-se como motivação relevante, respectivamente, 19 e 15%.

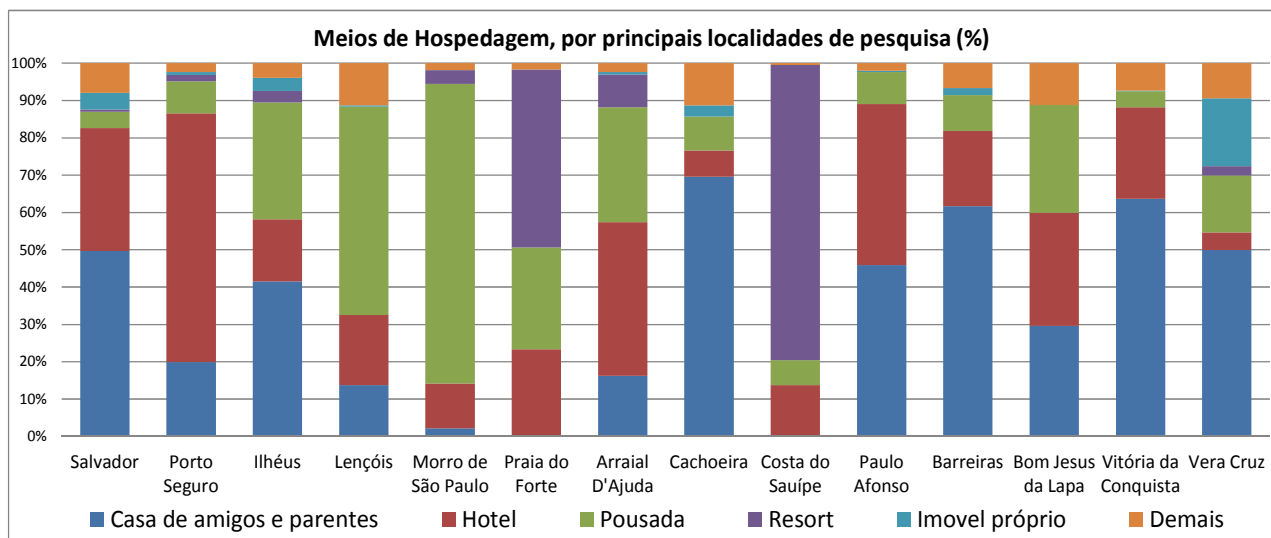


Nas cidades em que Outros Motivos que não lazer é a principal razão da viagem, - com exceção de Salvador, que tem em Negócios sua principal motivação (44%) -, Visita a Parentes ou Amigos se destaca como motivação mais importante: Paulo Afonso (58%), Barreiras (53%) e Vitória da Conquista (49%).



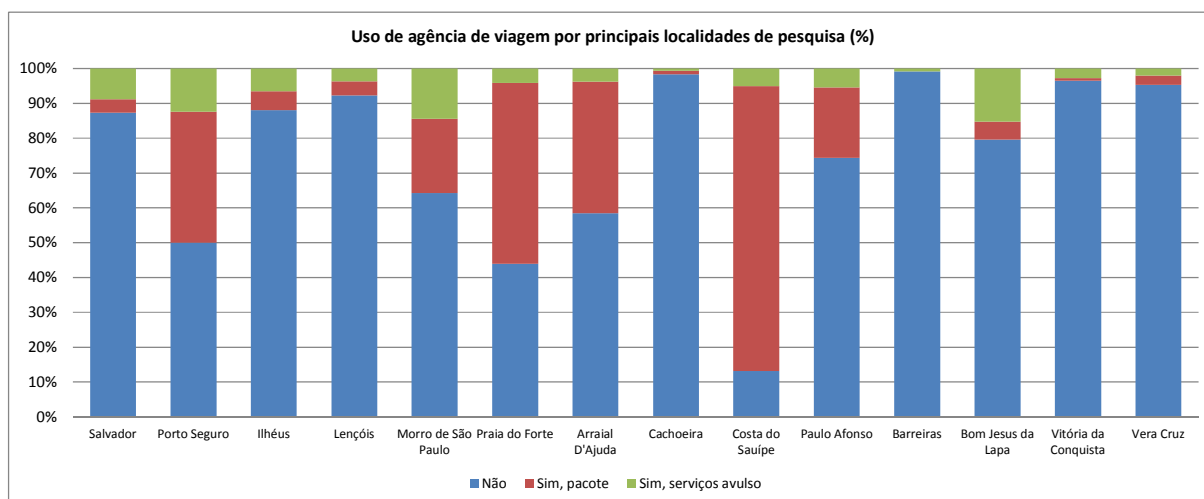
2.8.3. Meios de Hospedagem

A maioria dos turistas de Salvador, Ilhéus, Cachoeira, Paulo Afonso, Barreiras, Vitória da Conquista e Vera Cruz se estabeleceram em Casa de Amigos ou Parentes. Nas outras localidades predominam hospedagens comerciais (Hotéis, Pousadas e Resorts).



2.8.4. Aquisição de Serviços em Agência de Viagem

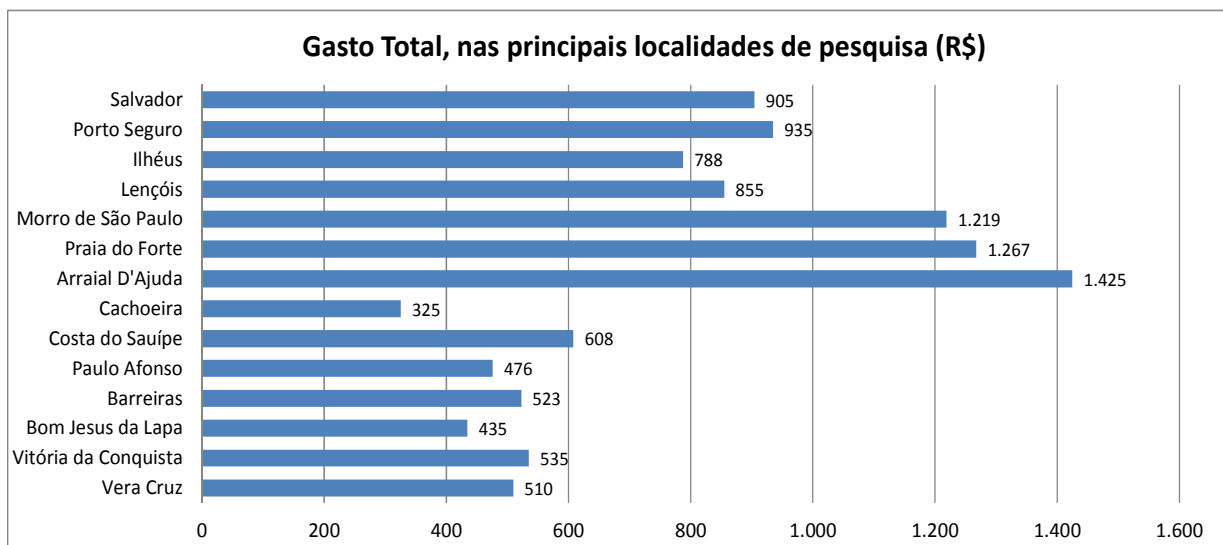
Nas localidades mais típicas de Lazer, em que preponderam emissores de outras UF's que não o próprio Estado, são mais utilizados os serviços de Agências de Viagem. Em Costa do Sauípe, por exemplo, mais de 80% de seus visitantes adquiriram pacotes para suas viagens. Assim também em: Praia do Forte (51,9%), Arraial D'Ajuda (37,8%) e Porto Seguro (37,6%).



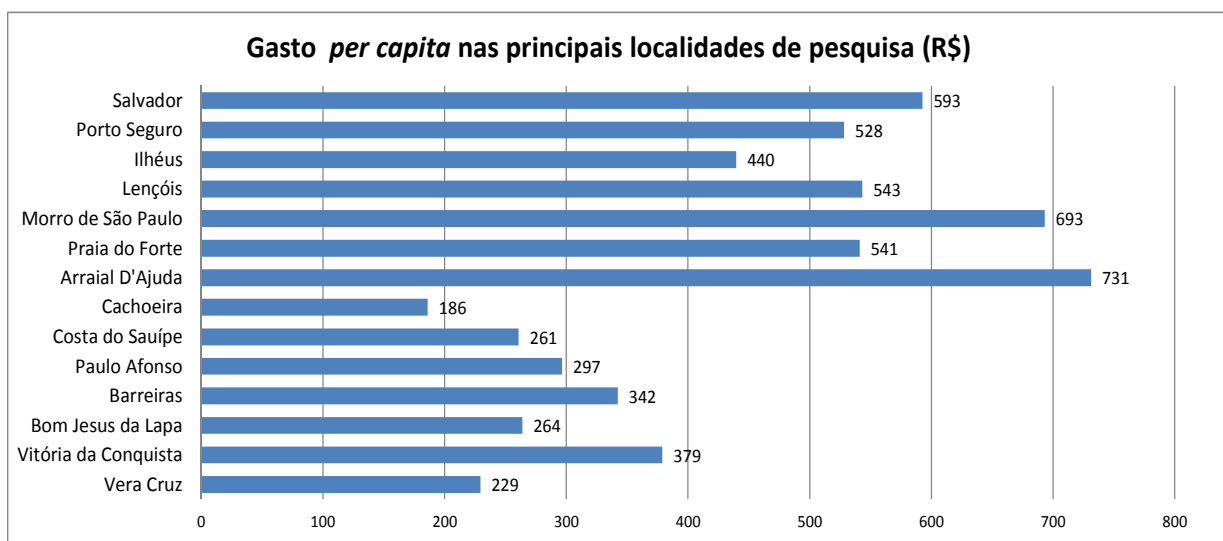
2.8.5. Gasto médio na localidade ¹⁶

Fazendo uma comparação entre as 14 cidades analisadas, observa-se que os maiores Gastos Totais são realizados em: Arraial D'Ajuda (R\$ 1.425), Praia do Forte (R\$ 1.267) e Morro de São Paulo (R\$ 1.219).

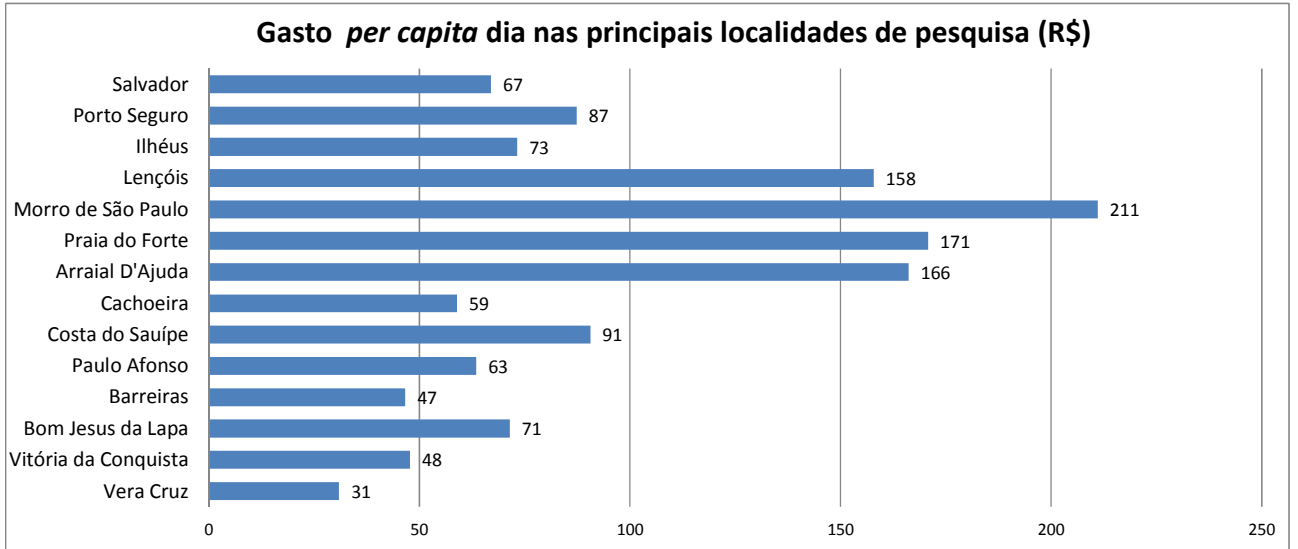
¹⁶ Não estão inclusos nesses gastos o valor da passagem e o valor gasto em agência de viagem.



Em relação ao Gasto *per capita*, os turistas de Arraial D´Ajuda continuam se destacando com média de R\$ 731, seguido por Morro de São Paulo (R\$ 693), Salvador (R\$ 593), Lençóis (R\$ 543) e Praia do Forte (R\$ 541).



Quando a comparação é realizada em termos do Gasto médio *per capita*/dia, Morro de São Paulo aparece em primeiro lugar com R\$ 211, seguido por Praia do Forte (R\$ 171), Arraial D´Ajuda (R\$ 166) e Lençóis (R\$ 158).



2.9. CRUZAMENTOS EXTRAS

2.9.1. Capitais brasileiras emissoras

Turismo Doméstico - Capitais Emissoras (em %)	
Cidade / UF	Frequência
Salvador - BA	18,0
São Paulo - SP	10,7
Belo Horizonte - MG	4,0
Rio De Janeiro - RJ	3,9
Aracaju - SE	2,9
Brasília - DF	2,6
Recife - PE	0,0
Curitiba - PR	0,0
Goiânia - GO	0,0
Fortaleza - CE	0,0
Porto Alegre - RS	0,0
Maceió - AL	0,0
Florianópolis - SC	0,0
Natal - RN	0,0
João Pessoa - PB	0,0
Teresina - PI	0,0
Cuiabá - MT	0,0
Belém - PA	0,0
Manaus - AM	0,0
Palmas - TO	0,0
Porto Velho - RO	0,0
São Luiz - MA	0,0
Macapá - AM	0,0
Rio Branco - AC	0,0
Vitória - ES	0,0
Campo Grande - MS	0,0
Boa Vista - RR	0,0
Total	42,2

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

2.9.2. Continentes emissores

Turismo Internacional - Continentes Emissores (em %)	
Países	Frequência
Europa	57,6
América	35,6
África	4,0
Ásia	2,6
Oceania	0,2
Total	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

2.9.3. Países emissores por município de entrada no Brasil

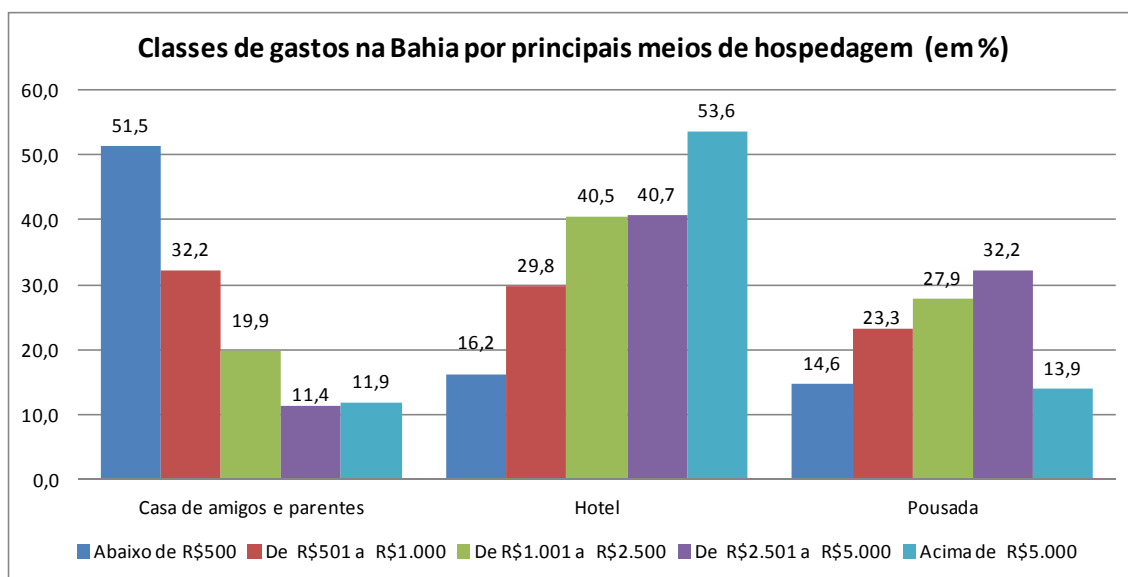
Turismo Internacional - País emissor por cidade de entrada no Brasil (em %)																					
Países	Cidade de entrada																				
	Belém	Belo Horizonte	Brasília	Chuí	Curitiba	Dionísio Cerqueira	Florianópolis	Fortaleza	Foz Do Iguaçu	Manaus	Natal	Oiapoque	Porto Alegre	Porto Seguro	Recife	Rio De Janeiro	Salvador	São Paulo	Tabatinga	Uruguai	Total
África Do Sul	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Alemanha	0,0	1,0	1,3	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	13,6	24,3	41,6	13,0	0,0	0,0	100,0
Argentina	0,0	0,0	0,6	0,0	0,4	12,2	0,0	0,0	3,9	0,0	0,0	0,0	1,2	11,2	0,0	7,8	17,9	44,7	0,0	0,0	100,0
Austrália	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,9	0,0	87,1	0,0	0,0	100,0
Áustria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,9	42,8	14,6	0,0	0,0	100,0
Bélgica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	48,1	0,0	0,0	0,0	0,0	9,8	35,9	6,2	0,0	0,0	100,0
Canadá	0,0	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	13,5	2,3	69,1	0,0	0,0	100,0
Chile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	62,4	0,3	34,9	0,0	2,4	100,0
Chipre	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Colômbia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Coréia Do Sul	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Dinamarca	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	47,5	24,0	28,5	0,0	0,0	0,0	100,0
Escócia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Espanha	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27,3	38,7	33,8	0,0	0,0	100,0
Estados Unidos	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30,7	14,0	48,9	0,0	0,0	100,0
Finlândia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
França	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	46,1	23,7	23,5	0,0	0,0	100,0
Guiana Francesa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Holanda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	3,6	33,6	62,0	0,0	0,0	100,0
Inglaterra	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	26,2	71,0	0,4	0,0	100,0
Irlanda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Israel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	93,0	3,5	0,0	0,0	0,0	100,0
Itália	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	37,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	4,8	31,3	24,6	0,0	0,0	100,0
Japão	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Kuwait	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Lituânia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Luxemburgo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Macedônia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
México	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Moçambique	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Nigéria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Noruega	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,0	85,0	0,0	0,0	100,0
Nova Zelândia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Paraguai	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Peru	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Portugal	0,0	20,3	0,9	0,0	0,0	0,0	5,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	1,3	69,3	0,2	0,0	0,0	100,0
Singapura	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Suécia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	18,0	12,2	69,8	0,0	0,0	100,0
Suíça	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,6	2,5	34,5	35,8	17,5	0,0	0,0	100,0
Tailândia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Taiwan	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Trinidad E Tobago	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Uruguai	0,0	0,0	0,0	9,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,7	40,8	47,1	0,0	0,0	100,0
Total	0,3	1,1	0,6	0,4	0,1	2,3	0,6	3,7	1,3	0,0	0,2	0,9	0,2	2,5	1,8	18,4	30,8	34,6	0,0	0,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

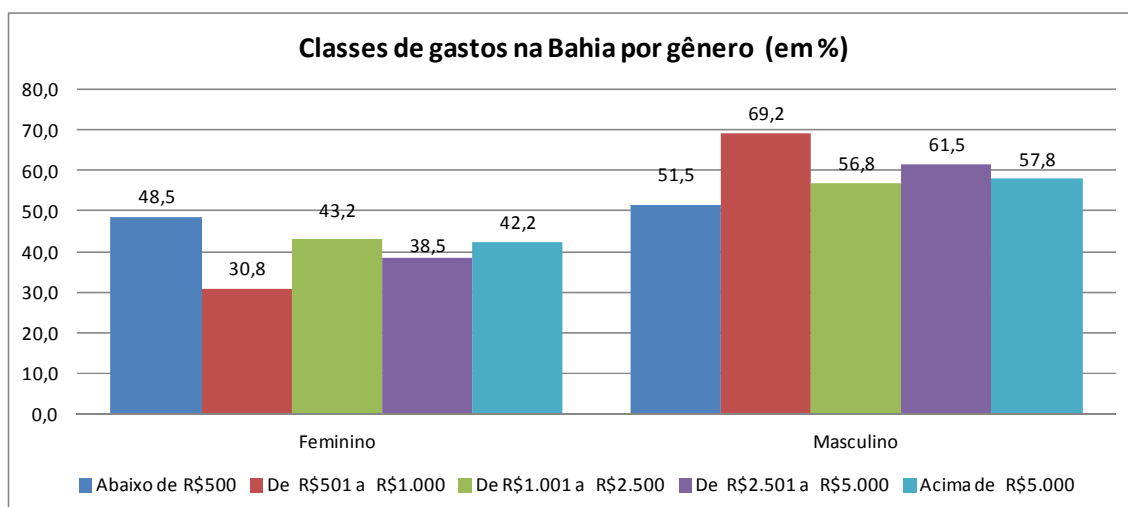
2.9.4. Classes de gastos na Bahia por meio de hospedagem

Classes de gastos na Bahia por meio de hospedagem (em %)												
Classes de gastos	Albergue	Camping	Casa de amigos e parentes	Flat ou apart-hotel	Hotel	Imóvel alugado	Imóvel próprio	Pensão ou hospedaria	Pousada	Resort	Outros	Total
Abaixo de R\$500	0,6	0,3	51,5	0,2	16,2	1,8	3,6	0,9	14,6	7,1	3,1	100,0
De R\$501 a R\$1.000	0,9	0,9	32,2	0,4	29,8	3,3	2,4	0,2	23,3	5,2	1,3	100,0
De R\$1.001 a R\$2.500	0,5	0,4	19,9	0,4	40,5	2,3	2,0	0,2	27,9	5,5	0,5	100,0
De R\$2.501 a R\$5.000	0,3	0,1	11,4	0,8	40,7	2,5	4,8	0,3	32,2	6,7	0,2	100,0
Acima de R\$5.000	0,0	0,0	11,9	2,3	53,6	6,0	2,0	0,0	13,9	8,9	1,5	100,0
Total	0,6	0,4	36,7	0,4	27,0	2,4	3,0	0,5	20,6	6,4	1,9	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



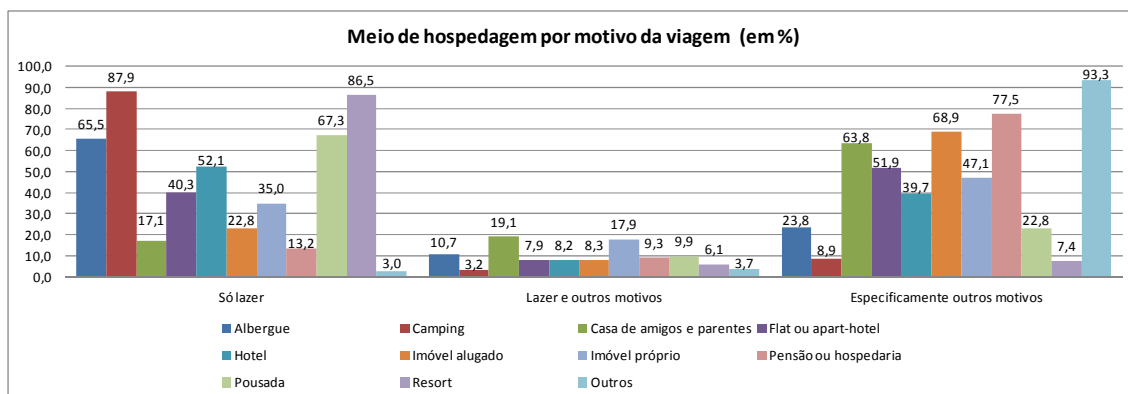
2.9.5. Classes de gastos na Bahia por gênero



2.9.6. Meio de hospedagem por motivo da viagem

Meio de hospedagem por motivo da viagem (em %)				
Meio de Hospedagem	Só lazer	Lazer e outros motivos	Especificamente outros motivos	Total
Albergue	65,5	10,7	23,8	100,0
Camping	87,9	3,2	8,9	100,0
Casa de amigos e parentes	17,1	19,1	63,8	100,0
Flat ou apart-hotel	40,3	7,9	51,9	100,0
Hotel	52,1	8,2	39,7	100,0
Imóvel alugado	22,8	8,3	68,9	100,0
Imóvel próprio	35,0	17,9	47,1	100,0
Pensão ou hospedaria	13,2	9,3	77,5	100,0
Pousada	67,3	9,9	22,8	100,0
Resort	86,5	6,1	7,4	100,0
Outros	3,0	3,7	93,3	100,0
Total	43,8	12,3	43,8	100,0

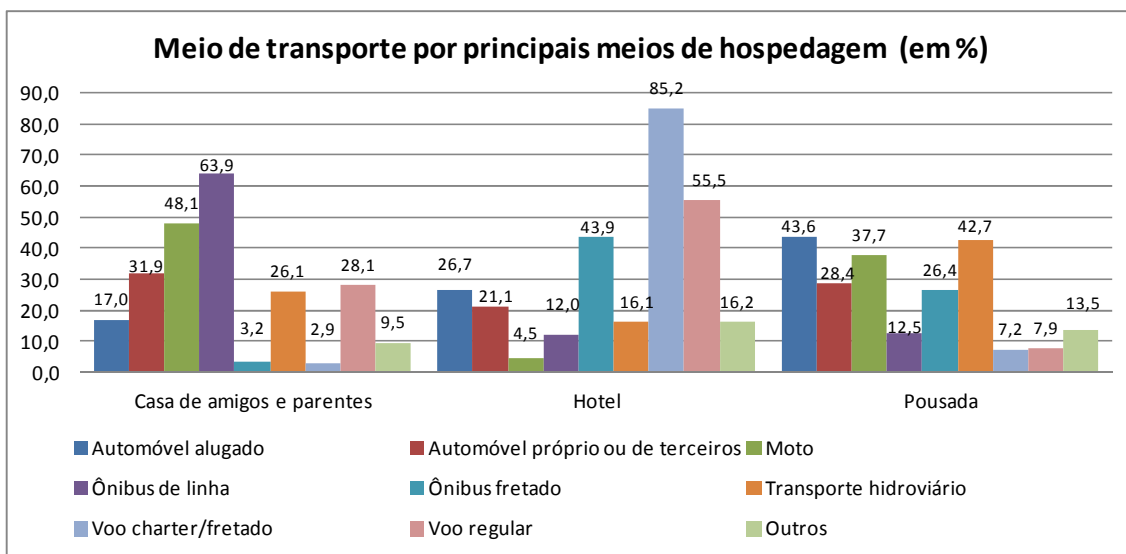
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.7. Meio de transporte por meio de hospedagem

Meio de transporte por meio de hospedagem (em %)												
Meio de Transporte	Albergue	Camping	Casa de amigos e parentes	Flat ou apart-hotel	Hotel	Imóvel alugado	Imóvel próprio	Pensão ou hospedaria	Pousada	Resort	Outros	Total
Automóvel alugado	0,4	0,2	17,0	0,2	26,7	0,6	0,5	0,1	43,6	10,2	0,5	100,0
Automóvel próprio ou de terceiros	0,3	0,9	31,9	0,3	21,1	3,1	4,2	0,8	28,4	7,5	1,3	100,0
Moto	0,0	0,8	48,1	0,0	4,5	3,6	0,0	5,4	37,7	0,0	0,0	100,0
Ônibus de linha	0,9	0,6	63,9	0,1	12,0	3,4	2,4	0,6	12,5	0,3	3,3	100,0
Ônibus fretado	0,4	0,1	3,2	0,3	43,9	1,8	0,0	0,9	26,4	22,1	0,9	100,0
Transporte hidroviário	0,6	0,3	26,1	0,2	16,1	1,9	8,5	0,0	42,7	3,0	0,8	100,0
Voo charter/fretado	0,0	0,3	2,9	0,0	85,2	0,0	0,2	0,0	7,2	3,5	0,8	100,0
Voo regular	1,0	0,0	28,1	1,1	55,5	1,3	1,7	0,1	7,9	3,0	0,3	100,0
Outros	0,0	0,0	9,5	0,0	16,2	0,2	1,0	0,2	13,5	49,4	9,9	100,0
Total	0,6	0,4	36,6	0,4	27,0	2,4	3,0	0,5	20,6	6,5	1,9	100,0

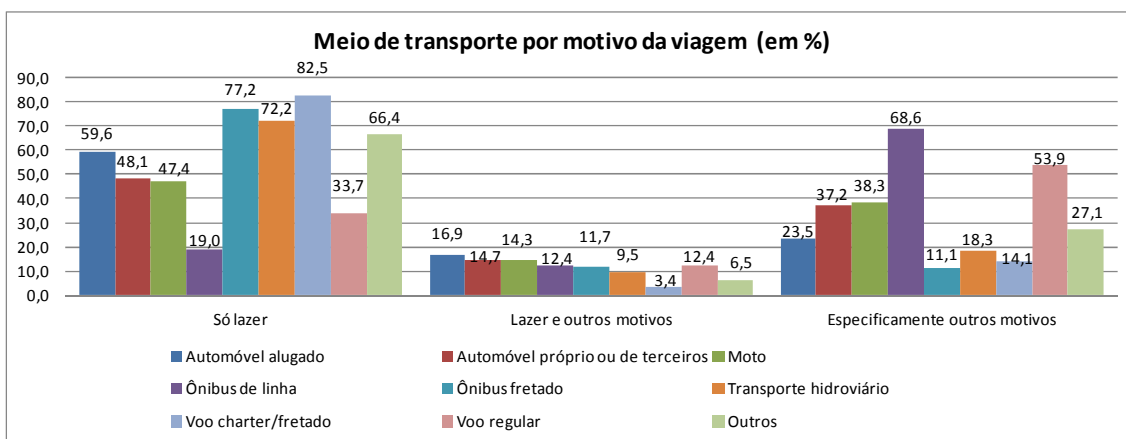
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.8. Meio de transporte por motivo da viagem

Meio de transporte por motivo da viagem (em %)				
Meio de Transporte	Só lazer	Lazer e outros motivos	Especificamente outros motivos	Total
Automóvel alugado	59,6	16,9	23,5	100,0
Automóvel próprio ou de terceiros	48,1	14,7	37,2	100,0
Moto	47,4	14,3	38,3	100,0
Ônibus de linha	19,0	12,4	68,6	100,0
Ônibus fretado	77,2	11,7	11,1	100,0
Transporte hidroviário	72,2	9,5	18,3	100,0
Voo charter/fretado	82,5	3,4	14,1	100,0
Voo regular	33,7	12,4	53,9	100,0
Outros	66,4	6,5	27,1	100,0
Total	43,8	12,3	43,9	100,0

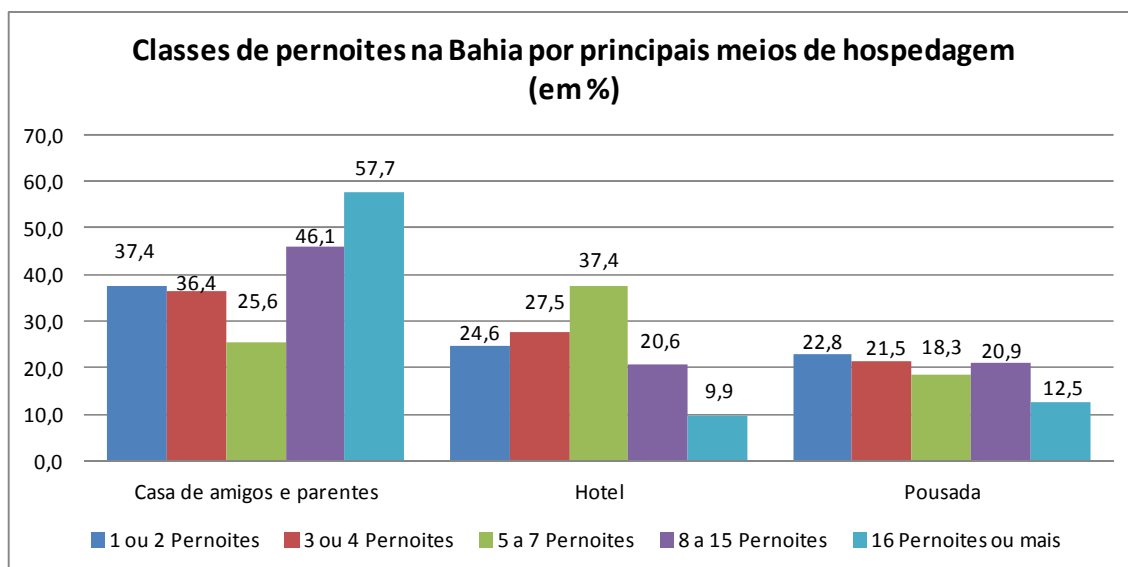
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.9. Classes de pernoites na Bahia por meio de hospedagem

Classes de pernoites na Bahia por meio de hospedagem (em %)												
Classes de Pernoites	Albergue	Camping	Casa de amigos e parentes	Flat ou apart-hotel	Hotel	Imóvel alugado	Imóvel próprio	Pensão ou hospedaria	Pousada	Resort	Outros	Total
1 ou 2 Pernoites	0,5	0,2	37,4	0,2	24,6	1,2	3,6	0,7	22,8	5,9	2,9	100,0
3 ou 4 Pernoites	0,9	0,4	36,4	0,4	27,5	2,3	2,3	0,7	21,5	6,3	1,2	100,0
5 a 7 Pernoites	0,3	0,6	25,6	0,4	37,4	2,5	2,2	0,2	18,3	11,7	0,8	100,0
8 a 15 Pernoites	1,0	0,9	46,1	0,3	20,6	2,5	4,2	0,3	20,9	1,5	1,8	100,0
16 Pernoites ou mais	0,2	0,4	57,7	0,9	9,9	8,1	5,0	0,3	12,5	0,3	4,7	100,0
Total	0,6	0,4	36,7	0,4	27,0	2,4	3,0	0,5	20,5	6,5	1,9	100,0

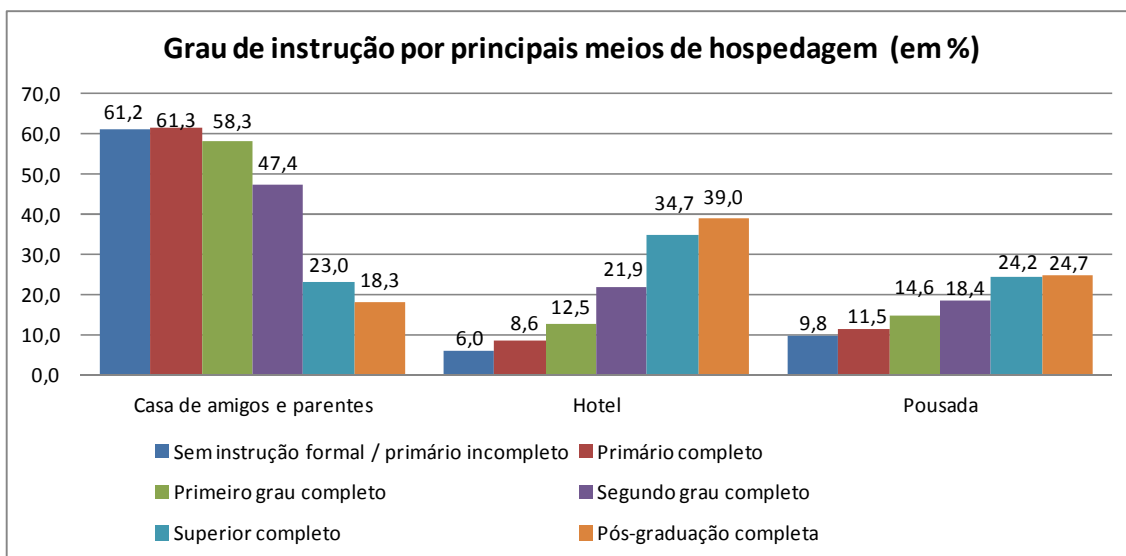
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.10. Grau de instrução por meio de hospedagem

Grau de instrução por meio de hospedagem (em %)												
Grau de Instrução	Albergue	Camping	Casa de amigos e parentes	Flat ou apart-hotel	Hotel	Imóvel alugado	Imóvel próprio	Pensão ou hospedaria	Pousada	Resort	Outros	Total
Sem instrução formal / primário incompleto	0,0	0,1	61,2	0,6	6,0	2,2	3,7	5,9	9,8	0,0	10,6	100,0
Primário completo	0,3	0,1	61,3	0,1	8,6	2,5	3,6	1,2	11,5	0,6	10,3	100,0
Primeiro grau completo	0,1	0,3	58,3	0,3	12,5	3,4	2,9	1,0	14,6	1,2	5,3	100,0
Segundo grau completo	0,5	0,3	47,4	0,2	21,9	2,6	3,6	0,4	18,4	3,2	1,4	100,0
Superior completo	0,9	0,6	23,0	0,5	34,7	2,2	2,7	0,2	24,2	10,3	0,6	100,0
Pós-graduação completa	0,7	0,6	18,3	0,5	39,0	2,0	2,3	0,1	24,7	11,7	0,3	100,0
Total	0,6	0,4	36,7	0,4	27,0	2,4	3,0	0,5	20,5	6,5	1,9	100,0

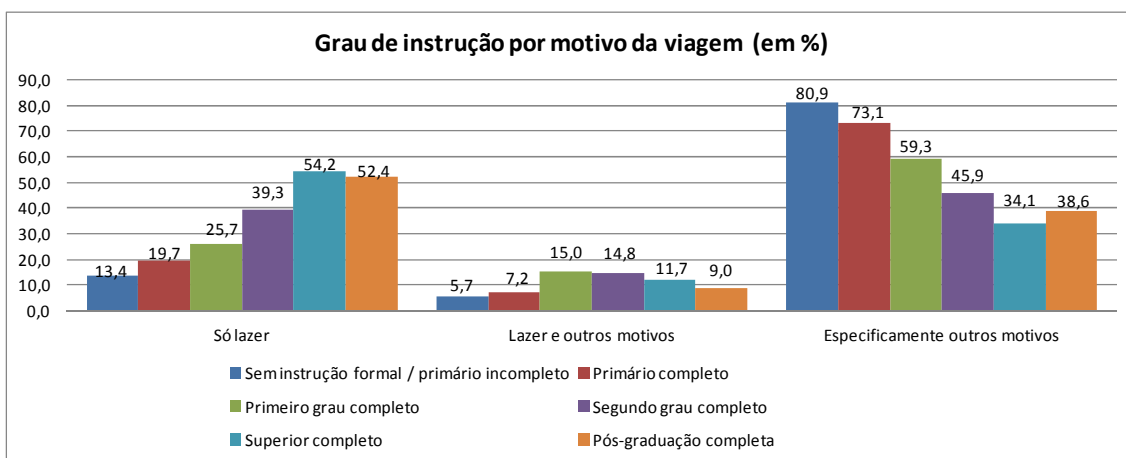
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.11. Grau de instrução por motivo da viagem

Grau de instrução por motivo da viagem (em %)				
Grau de Instrução	Só lazer	Lazer e outros motivos	Especificamente outros motivos	Total
Sem instrução formal / primário incompleto	13,4	5,7	80,9	100,0
Primário completo	19,7	7,2	73,1	100,0
Primeiro grau completo	25,7	15,0	59,3	100,0
Segundo grau completo	39,3	14,8	45,9	100,0
Superior completo	54,2	11,7	34,1	100,0
Pós-graduação completa	52,4	9,0	38,6	100,0
Total	43,8	12,3	43,9	100,0

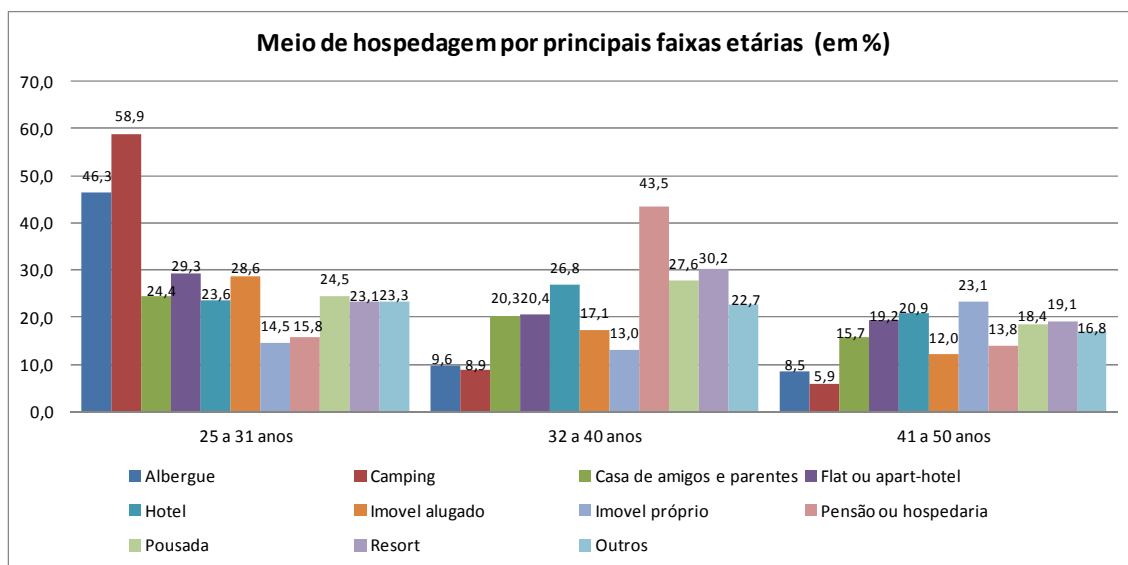
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.12. Meio de hospedagem por faixa etária

Meio de hospedagem por faixa etária (em %)							
Meio de Hospedagem	18 a 24 anos	25 a 31 anos	32 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 59 anos	60 anos ou mais	Total
Albergue	29,0	46,3	9,6	8,5	6,1	0,4	100,0
Camping	22,6	58,9	8,9	5,9	2,1	1,6	100,0
Casa de amigos e parentes	21,1	24,4	20,3	15,7	9,8	8,7	100,0
Flat ou apart-hotel	5,6	29,3	20,4	19,2	19,7	5,8	100,0
Hotel	10,8	23,6	26,8	20,9	10,4	7,6	100,0
Imovel alugado	30,2	28,6	17,1	12,0	6,6	5,4	100,0
Imovel próprio	14,2	14,5	13,0	23,1	17,1	18,0	100,0
Pensão ou hospedaria	17,3	15,8	43,5	13,8	5,6	4,0	100,0
Pousada	11,0	24,5	27,6	18,4	9,8	8,7	100,0
Resort	5,3	23,1	30,2	19,1	8,9	13,4	100,0
Outros	17,3	23,3	22,7	16,8	10,2	9,6	100,0
Total	15,1	24,1	24,0	18,0	10,0	8,8	100,0

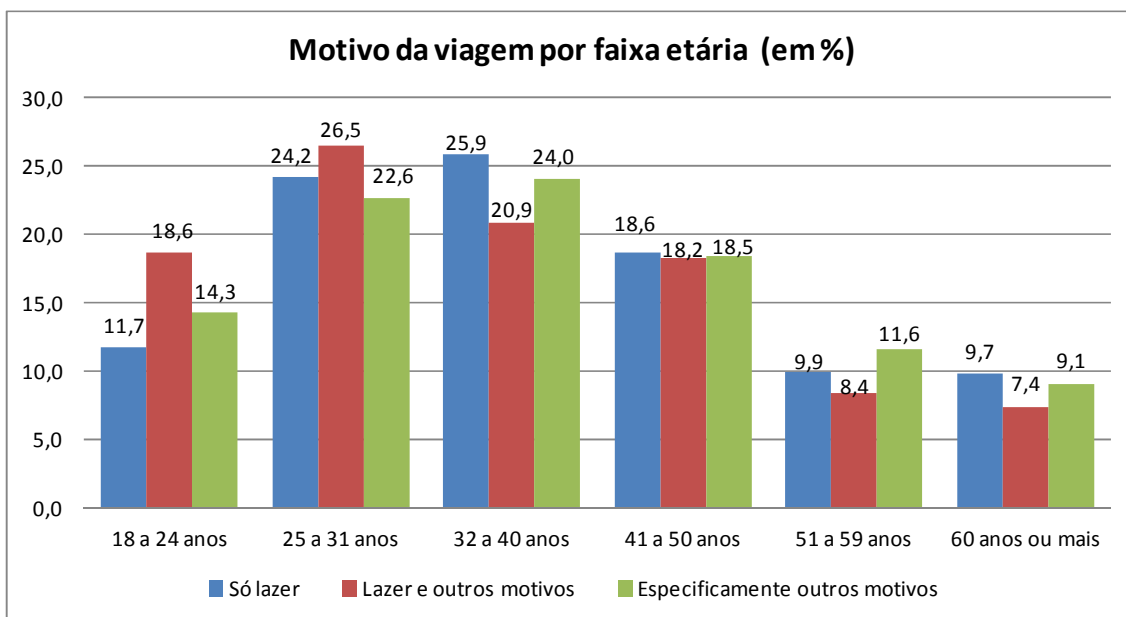
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.13. Motivo da viagem por faixa etária

Motivo da viagem por faixa etária (em %)							
Motivo da viagem	18 a 24 anos	25 a 31 anos	32 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 59 anos	60 anos ou mais	Total
Só lazer	11,7	24,2	25,9	18,6	9,9	9,7	100,0
Lazer e outros motivos	18,6	26,5	20,9	18,2	8,4	7,4	100,0
Especificamente outros motivos	14,3	22,6	24,0	18,5	11,6	9,1	100,0
Total	13,7	23,8	24,4	18,5	10,4	9,2	100,0

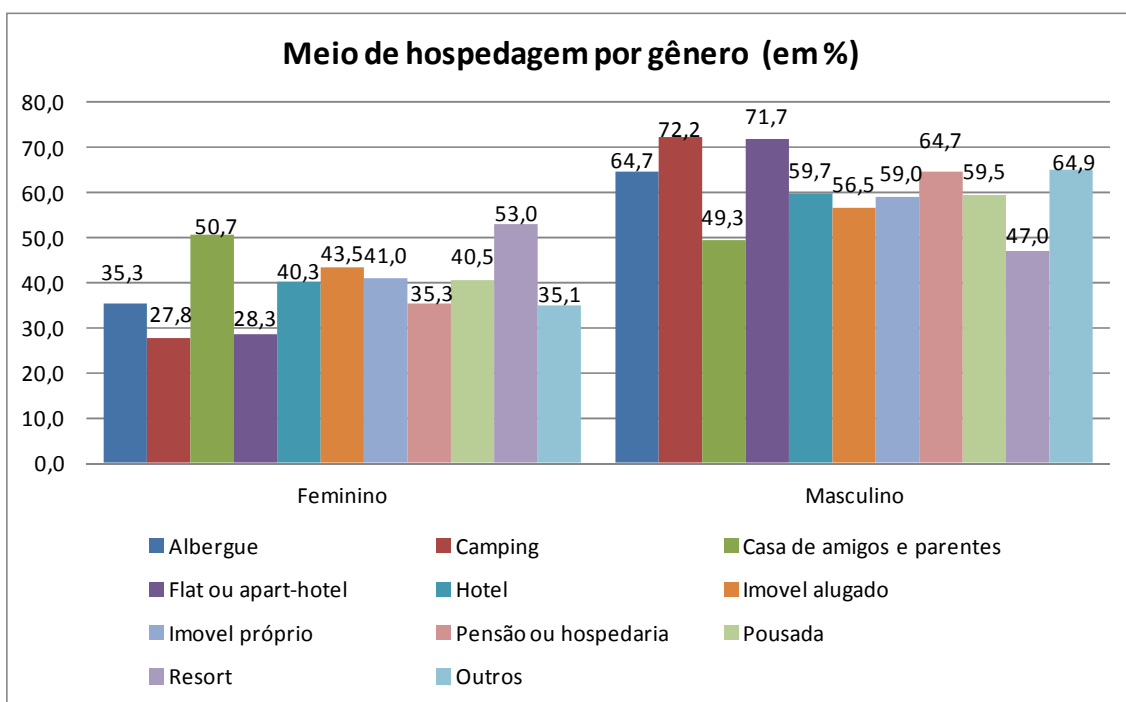
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.14. Meio de hospedagem por gênero

Meio de hospedagem por gênero (em %)			
Meio de Hospedagem	Feminino	Masculino	Total
Albergue	35,3	64,7	100,0
Camping	27,8	72,2	100,0
Casa de amigos e parentes	50,7	49,3	100,0
Flat ou apart-hotel	28,3	71,7	100,0
Hotel	40,3	59,7	100,0
Imovel alugado	43,5	56,5	100,0
Imovel próprio	41,0	59,0	100,0
Pensão ou hospedaria	35,3	64,7	100,0
Pousada	40,5	59,5	100,0
Resort	53,0	47,0	100,0
Outros	35,1	64,9	100,0
Total	44,8	55,2	100,0

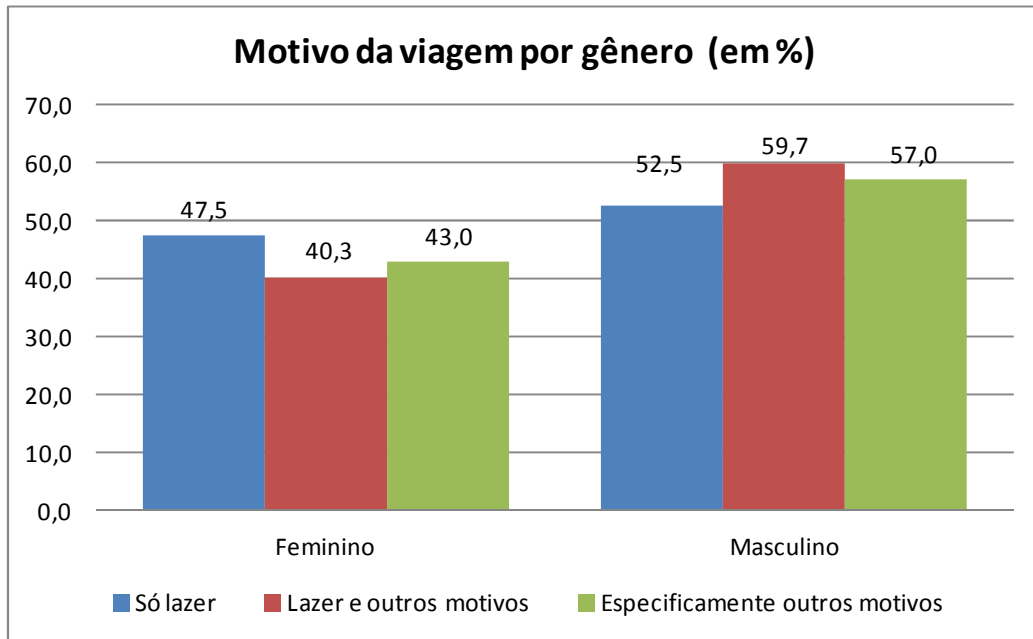
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.15. Motivo da viagem por gênero

Motivo da viagem por gênero (em %)			
Motivo da viagem	Feminino	Masculino	Total
Só lazer	47,5	52,5	100,0
Lazer e outros motivos	40,3	59,7	100,0
Especificamente outros motivos	43,0	57,0	100,0
Total	44,6	55,4	100,0

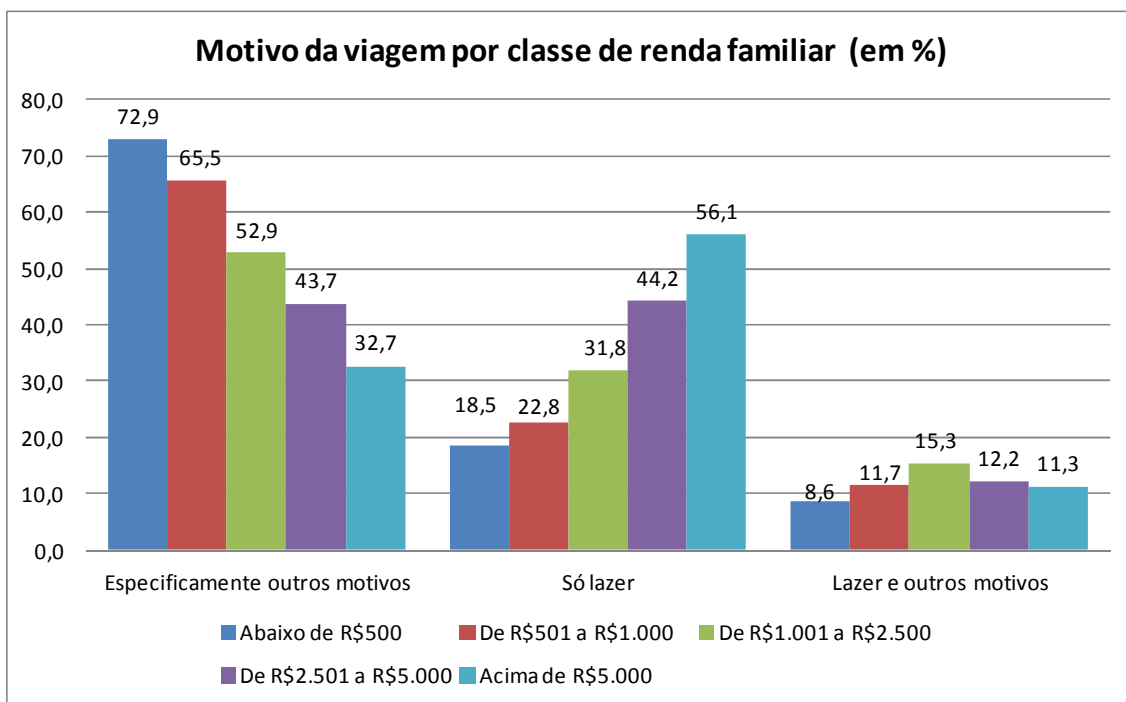
Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.16. Motivo da viagem por classe de renda familiar

Motivo da viagem por classe de renda familiar (em %)				
Classe de renda familiar	Especificamente outros motivos	Só lazer	Lazer e outros motivos	Total
Abaixo de R\$500	72,9	18,5	8,6	100,0
De R\$501 a R\$1.000	65,5	22,8	11,7	100,0
De R\$1.001 a R\$2.500	52,9	31,8	15,3	100,0
De R\$2.501 a R\$5.000	43,7	44,2	12,2	100,0
Acima de R\$5.000	32,7	56,1	11,3	100,0
Total	44,8	42,7	12,5	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011



2.9.17. Tipo de hospedagem por classe de renda familiar

Tipo de hospedagem por classe de renda familiar (em %)												
Classe de renda familiar	Casa de amigos e parentes	Hotel	Pousada	Resort	Imovel próprio	Imovel alugado	Albergue	Camping	Pensão ou hospedaria	Flat ou apart-hotel	Outros	Total
Abaixo de R\$500	62,8	5,7	13,5	0,1	1,7	3,5	0,8	3,5	0,4	0,0	7,9	100,0
De R\$501 a R\$1.000	67,6	8,0	11,5	0,5	2,6	2,8	0,7	0,3	1,3	0,4	4,4	100,0
De R\$1.001 a R\$2.500	54,1	18,3	16,2	1,7	2,8	2,3	0,6	0,4	1,0	0,2	2,5	100,0
De R\$2.501 a R\$5.000	33,7	30,5	22,3	4,8	2,7	3,2	0,9	0,2	0,4	0,4	1,0	100,0
Acima de R\$5.000	18,2	38,7	22,4	13,2	3,7	1,8	0,3	0,5	0,1	0,5	0,5	100,0
Total	37,8	27,3	19,4	6,4	3,1	2,4	0,6	0,4	0,5	0,4	1,7	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia 2011

