

Turismo encolhe 54%



Entre 1998 e 2007, a parcela de mercado do Espírito Santo no turismo nacional recuou 54%, segundo pesquisas do governo federal. A pesquisa de 2007, recentemente divulgada, mostra o Espírito Santo com parcela de 1,9%, enquanto em 98 era de 4,1%. Em sentido contrário, a participação da Região Sudeste cresceu de 38% para 48,6% no período.

Em 1998, o Estado recebia 11% dos turistas do Sudeste. Em 2007 recebeu 4%. Em 98, o Espírito Santo estava em 10º lugar, junto com o Rio Grande do Sul. Hoje os gaúchos estão em 5º lugar enquanto o território capixaba ocupa a 12ª posição no ranking dos estados.

A perda de competitividade do Espírito Santo se reflete no comportamento dos próprios capixabas: 51,2% escolheram viajar pelo ES em 98. Essa preferência caiu para 37,5% em 2007. Nesse período o market share do Espírito Santo em Minas Gerais caiu fortemente de 18,9% para 4,2%. No Rio de Janeiro, a queda foi de 8,2% para 5,4%. Em São Paulo, de 1,3% para 0,3%. Os problemas de qualidade da oferta de praias explicam essas quedas, pois a praia representa em torno de 80% da demanda.

Os danos à marca Guarapari e outros destinos diminuem o fluxo de turistas e, também, causam a substituição de segmentos de mercado de maior renda por outros de menor renda. Houve redução de 615 mil turistas entre 1998 e 2007. O Espírito Santo recebia 1,5 milhões de turistas, caindo para 945 mil. Entretanto, o Sudeste passou a receber 9,5 milhões de turistas a mais, evoluindo de 14,5 para 24 milhões de turistas. Indiscutivelmente o mau desempenho do turismo capixaba é ligado à gestão.

O turismo de negócios aquece a demanda (espontânea) na Grande Vitória, mas os destinos de praia estão tecnicamente em decadência, fruto da especulação imobiliária, indigência da gestão pública e omissão dos empresários. A redução da demanda e a severa sazonalidade são ameaças à sobrevivência dos empreendimentos de pequeno e médio portes em nossas praias.

Estamos sofrendo de miopia em relação ao turismo. Na Europa 94,2% das empresas do turismo possuem menos que 10 empregados. Aqui ignoramos os benefícios sócio-econômicos do turismo, que exige baixos níveis de investimento para a criação de postos de trabalho. Os empreendedores do turismo deveriam lutar pela sobrevivência econômica através de seus próprios esforços, gerando os projetos de marketing nos seus destinos.

Infelizmente, os empresários do turismo se limitam a gerenciar os conventions bureau, que por sua vez, focam o segmento de congressos e reuniões que são apenas 2% do mercado do turismo (Fipe 2007). Só os empresários podem reverter a queda continuada do turismo capixaba. E essa atitude precisa ser urgente, para que possam ainda tentar impedir a desastrosa localização da siderúrgica em Anchieta, que inexoravelmente destruirá o que resta do potencial turístico das praias do litoral Sul capixaba. Poluição, migração social, criminalidade e favelização acompanharam os projetos industriais na Grande Vitória. Sucumbimos ao pó de minério. Será diferente no sul? Não vale a pena arriscar...

■ ■ Mario Petrocchi é professor universitário e consultor.

