

/// O turismo tem mostrado expansão. O desafio maior do Estado seria recuperar a marca do seu produto praia

Mercado do turismo capixaba

A GAZETA publicou um artigo de Luiz Fantin, destacado executivo da hotelaria capixaba, que expôs interessantes considerações. Há, entretanto, citação sobre modalidade de transporte dos turistas que despertou dúvida. As estatísticas utilizadas pelo articulista indicam 60,4% dos turistas brasileiros se deslocando por avião. Essa parcela mostra disparidade em face da última pesquisa do mercado nacional, realizada pelo Ministério do Turismo, em 2011,

onde 78,3% dos turistas utilizavam meios de transporte rodoviário e 17% aéreo.

Realizada pela Fipe, a pesquisa é resultante de 36 mil entrevistas domiciliares, sendo a terceira maior do país em termos de amostragem, somente inferior ao Censo e à Pnad. Não poderiam ter ocorrido alterações entre 2011 e os dias de hoje nessa magnitude. O deslocamento rodoviário é crítico no ES, onde 87% dos turistas têm origem no

próprio Estado e nos seus vizinhos.

O potencial do mercado regional em 2011 revela a emissão de 13 milhões de turistas pelos Estados do ES (1 milhão), MG (4,2 milhões), RJ (4,9 milhões) e BA (3 milhões). Desse total, o ES atraiu 971 mil turistas, ou 7,3%. Na primeira pesquisa nacional, em 1998, o mercado regional emitia 7,8 milhões de turistas, dos quais 1,35 milhão escolheram o ES, ou 17,2%. Logo, ocorreu retração de 57% no market share do Estado no mercado regional.

As causas das perdas estariam no turismo de praia: decadência no Litoral Sul e estagnação no Litoral Norte. No início dos anos 90, estimava-se que 75% da demanda no Estado visavam o Litoral Sul. Gestões municipais de baixo nível e especulação imobiliária teriam

provocado perdas em qualidade nos destinos e a redução da demanda.

Segmentos de mercado de maior renda escolheram outros Estados e foram substituídos por segmentos de menor renda, resultando em perdas de produtividade do setor turístico. O turismo na Grande Vitória e nas regiões de montanha têm mostrado expansão. O desafio maior do Espírito Santo seria recuperar a marca do seu produto praia. Em 2011, a atratividade do Estado no próprio ES foi de 35%.

Rio, 5,3%; e na Bahia, 0,9%. Ou seja, há espaço para crescimento. O Espírito Santo tem hoje um profissional do setor, José Sales, experiente e profundo conhecedor da atividade, à frente da Secretaria de Turismo. É uma esperança e uma oportunidade para o Estado desenhar novos caminhos.