

# ANÁLISE DA OFERTA DE TURISMO RECEPTIVO EM ILHÉUS-BA

SILVA, Aldice Aliana Costa Pinto da<sup>1</sup>  
SOUZA, Risia Kaliane Santana de<sup>2</sup>  
MORETT, Amarildo José<sup>3</sup>

## RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo de compreender a oferta de turismo receptivo em Ilhéus com base nos serviços ofertados pelas agências de viagens e turismo. Trata sobre as concepções de turismo entendendo que a partir delas é possível compreender o turismo receptivo tanto em termos de demanda quanto de oferta. Em termos metodológicos, a abordagem utilizada foi do tipo qualitativa. Utilizou-se a entrevista temática em profundidade através das técnicas da história de vida e oral. O corpus empírico foi integrado por cinco gestores de agências de turismo. As entrevistas foram transcritas e analisadas de forma minuciosa e descritiva e permitiu compreender o desenvolvimento da atividade turística em Ilhéus. Nos resultados verificou-se a falta de diversificação da oferta de passeios turísticos em Ilhéus como consequência de problemas internos no desenvolvimento turístico da cidade que são passíveis de serem elucidados com ações participativas entre empresários do setor, poder público e comunidade local.

**Palavras-chave:** Oferta de passeios turísticos. Agências de viagens. Desenvolvimento turístico.

## 1. INTRODUÇÃO

Em 2020, o turismo pode ser responsável por mais de dois trilhões de dólares de faturamento por ano no mundo, segundo previsões da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2010). Essa tendência crescente do turismo também é vista no Brasil, tendo em vista que o país recebeu 6,6 milhões de estrangeiros em 2016, esse número representou um aumento de 4,8% em relação a 2015. A vinda dos turistas estrangeiros proporcionou US\$ 6,2 bilhões na economia nacional, ainda que esse aumento tenha sido proveniente em grande parte pela realização dos jogos olímpicos e paraolímpicos no Brasil, a tendência é de que permaneça o aumento (Ministério do Turismo, 2017).

Em se tratando de turismo doméstico, o nordeste se destaca, pois a região lidera a intenção de viagens dos brasileiros. De acordo com a pesquisa Sondagem do Consumidor,

---

<sup>1</sup> Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal Baiano - IFBAIANO, 2009 ([aliana.a@hotmail.com](mailto:aliana.a@hotmail.com)).

<sup>2</sup> Doutora em Administração, docente do curso de Gestão de Turismo e Engenharia de Alimentos do Instituto Federal Baiano – IFBAIANO. ([risiakaliane@gmail.com](mailto:risiakaliane@gmail.com))

<sup>3</sup> Mestre em Engenharia de Produção, docente do curso de Administração de Empresas da Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC e da Faculdade de Ilhéus CESUPI ([ajmorett@hotmail.com](mailto:ajmorett@hotmail.com))

realizada em junho de 2017, o nordeste deve receber cerca de 50,6% dos brasileiros que pretendem viajar até o fim deste ano.

Dentre as diversas opções de destinos nordestinos, que devem receber mais da metade dos brasileiros que pretendem viajar até dezembro de 2017, a cidade de Ilhéus está no topo das escolhas dos turistas. Ilhéus é uma cidade litorânea localizada na região sul da Bahia, com recursos naturais e culturais, e grande potencial turístico. Com isso, a crescente demanda pelo turismo aponta a atenção com a oferta. O turismo é uma atividade que tem a capacidade de dinamizar a economia das localidades receptoras, gerando renda, emprego, aquecendo o comércio. No entanto, para que aconteça, é necessário criar estruturas e serviços que possibilitem o seu consumo.

Nesse sentido, Ignarra (2013) afirma que fazem parte dessa oferta, os serviços turísticos como: meio de hospedagem, transportes turísticos, locação de veículos e embarcações, serviços de alimentos e bebidas, organização de eventos, espaços de eventos, serviços de entretenimento e serviço de receptivo.

Desse modo, a escolha do tema “A oferta do turismo receptivo em Ilhéus” se deu diante da percepção da importância do serviço de receptivo turístico para um destino. Dentro dessa perspectiva, esta pesquisa teve como questão norteadora a seguinte pergunta: Como as agências de turismo de Ilhéus oferecem o serviço de receptivo?

O objetivo geral foi compreender a oferta de turismo receptivo em Ilhéus, com base nos serviços ofertados pelas agências de viagens e turismo. Para isso utilizou-se os seguintes objetivos específicos: (i) identificar os serviços e roteiros oferecidos; (ii) entender os motivos que levaram a oferecer ou não os serviços; e (iii) identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas agências na oferta do serviço de receptivo.

Essa pesquisa buscou evidenciar a importância e o potencial do serviço de receptivo turístico com a análise da capacidade local de recepção turística a partir dos serviços oferecidos pelas agências de turismo de Ilhéus. Nesse sentido, pode-se afirmar que esse artigo apresenta relevância acadêmica e social. Do ponto de vista acadêmico, o mesmo desperta o interesse das pesquisadoras em analisar a oferta de turismo receptivo em uma cidade que apesar de possuir grande variedade de opções de serviços receptivo oferece um número limitado e quase sempre as agências oferecem os mesmos serviços oferecidos pelos concorrentes.

Essa pesquisa pode, também, contribuir no desenvolvimento acadêmico de estudantes que busquem adquirir e/ou aprofundar os seus conhecimentos sobre as diversas formas de trabalhar com o turismo e promover a discussão sobre o assunto incentivando a continuidade de mais pesquisas sobre o turismo receptivo.

Do ponto de vista social, esta pesquisa apresenta sua relevância no que diz respeito a possibilidade de discussão no meio empresarial sobre as vantagens e dificuldades enfrentadas pelos empresários e gestores do setor no desenvolvimento das suas atividades, de maneira que através da exposição do assunto mobilize os envolvidos e responsáveis a solucionar ou diminuir essas dificuldades.

## **2. CONCEPÇÕES DO TURISMO**

O turismo é um dos setores que mais cresce no país e no mundo, mas para que cresça com qualidade, é necessário que os profissionais da área e demais envolvidos tenham uma dimensão completa de turismo, tendo em vista que o turismo não é um simples comércio. Mas, sim um setor que envolve pessoas, lugares, natureza, sociedade, história, conforme argumenta o autor:

O Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica, que ditam escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material quanto subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 2002, p.37)

Nesse sentido a OMT (2003) considera que o turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, quanto às relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócio e outros.

A partir dos conceitos de turismo apresentados, vale ressaltar a importância do principal desta atividade, o turista. De acordo com Cooper (2001), os turistas são tidos como

um grupo heterogêneo, com personalidades e experiências diferentes, podendo ser classificados em duas formas básicas, relacionadas com a natureza de suas viagens: turistas domésticos e internacionais. O turismo doméstico diz respeito às viagens de residentes dentro do seu próprio país, enquanto o internacional está relacionado a viagens fora do país de residência.

Os turistas podem ser classificados também pela categoria “propósitos de visita”, a saber: lazer e recreação (férias, esportes e visitas a parentes); outros propósitos turísticos (turismo de estudo e saúde); profissional e de negócios, (reuniões, missões, turismo de negócios e incentivo).

Embora existam diversas classificações possíveis para o turista, Cunha (2001), considera que turistas são todos os visitantes temporários que permanecem pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento coletivo ou num alojamento privado no local visitado. E acrescenta que aqueles que visitam o lugar durante o dia e não passam a noite no local visitado são considerados como excursionistas.

A cada ano, os turistas, desfrutam de uma maior facilidade para realizarem as suas viagens. A globalização e os avanços tecnológicos são fatores que influenciaram a evolução da atividade turística, com o preço mais acessível e transportes que aproximaram os destinos dos turistas. Porém esse mercado implica mais do que fazer uma viagem.

De acordo com a MTUR (2010), existem quatro elementos básicos que compõem o mercado turístico, a saber: demanda, oferta, espaço geográfico e operadores de mercado. A demanda é formada por um conjunto de consumidores ou potenciais consumidores de bens e serviços turísticos. Enquanto a oferta é composta pelo conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na experiência turística.

O espaço geográfico é considerado a base física na qual tem lugar a conjunção ou o encontro entre a oferta e a demanda, e em que se situa a população residente (que se não é em si mesma um elemento turístico, é considerada um importante fator de coesão ou desagregação no planejamento turístico). E por fim os operadores de mercado: empresas e instituições cuja principal função é facilitar a inter-relação entre a demanda e a oferta. São as operadoras de turismo e agências de viagens, empresas de transporte regular, órgãos públicos e privados que organizam ou promovem o turismo.

Ainda falando sobre os operadores de mercado e a oferta, Pelizzer (2004 apud MATOS 2012, p.5) define o conceito de turismo receptivo resulta de:

(...) um processo empresarial pelo qual se explora uma forma ou prática de turismo, por ocasião da chegada de pessoas (turistas, visitantes, passageiros, excursionistas, hóspedes) em um destino ou cidade pólo turístico. E a forma inversa denominamos de “turismo emissivo” que é a origem da pessoa, turista ou visitante.

Considerando os elementos básicos que compõem o mercado turístico vale ressaltar a importância das agências de turismo nesse mercado, tendo em vista que são as principais intermediadoras entre a oferta e demanda, e que auxiliam os turistas antes, durante e depois da viagem. Além de atuar na prestação de informações, montagem de pacotes, recebendo os turistas ao chegarem ao destino, na solução de problemas com bagagens ou demais informações.

As agências que atuam no mercado receptivo podem ser classificadas como operadoras de turismo receptivo, porque elas também podem criar pacotes de viagens (função de uma operadora) Dessa forma, Austorino (2008), relaciona os possíveis produtos e serviços que uma operadora de receptivo contempla: transportes; traslado ou *transfer* (serviço de transporte do passageiro e de turistas do ponto de chegada até o local de alojamento ou o inverso); roteiros; *city tour* (inclui os atrativos mais relevantes de uma cidade, podendo ter duração de até um dia inteiro, conforme o roteiro); *city tour bynight* (realizado nos atrativos que possuem um diferencial ou uma iluminação especial à noite, e costuma oferecer paradas em restaurantes ou bares, conforme o perfil de cada local); *city tour a pé* (os roteiros são delimitados a centros históricos e bairros, estimulando a contemplação de perspectiva diferenciada); *city tour* personalizado (atende o interesse específico de um grupo); passeios ou circuitos temáticos; excursões; guias de turismo; receptivo em eventos.

As agências que oferecem o serviço de receptivo agregam valor às suas atividades e ao destino turístico que a partir do momento em que se executa o serviço de qualidade, promove-se tanto a empresa quanto o local.

### **3. MATERIAIS E MÉTODOS**

A abordagem norteadora dessa pesquisa foi integralmente qualitativa, tanto no que diz respeito à coleta de dados quanto à análise dos mesmos. Para classificação da pesquisa, tomou-se como base a taxinomia apresentada por Vergara (2006), que a considera a partir de duas dimensões, a saber: (i) quanto aos fins, e (ii) quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa caracteriza-se como exploratória descritiva (VERGARA, 2006). Exploratória porque, embora as agências de turismo sejam alvo de pesquisa em diversas áreas de investigação, não se verificou a existência de estudos que abordem a oferta de turismo receptivo na forma que a presente pesquisa aborda. Descritiva, porque possibilitou a descrição dos serviços e roteiros oferecidos, dos motivos que levaram as agências a oferecer ou não determinados serviços, e as principais dificuldades enfrentadas pelas agências na oferta do serviço de receptivo.

Quanto aos meios, a pesquisa optou pela pesquisa bibliográfica, eletrônica e de campo. Bibliográfica por se tratar de um recurso baseado em materiais publicados e acessíveis ao público em geral. De campo pela necessidade de investigação e aprofundamento das questões no local que dispõe de elementos para analisar a oferta de turismo receptivo. A pesquisa de campo permitiu a coleta de dados primários através de entrevistas e a pesquisa bibliográfica e eletrônica possibilitaram a coleta de dados secundários que foram extraídos através de livros, artigos e sites da internet.

As pesquisas bibliográfica e eletrônica trataram do turismo, do turismo receptivo e das agências de turismo. A pesquisa bibliográfica foi sustentada pelas ideias dos seguintes autores: Ignarra (2013), Beni (2002), Cooper (2001), Cunha (2001) e Austerino (2008). A pesquisa eletrônica foi realizada em sites governamentais, instituições do setor turístico, e instituições acadêmicas como IBGE, MTUR, SCIELO, SETUR, UESC.

Para efeito da pesquisa optou-se como área de estudo as agências de turismo que oferecem serviços de receptivo no município de Ilhéus. Esse município está localizado na região do litoral sul da Bahia. E pertence a Costa do Cacau, uma das treze regiões turísticas do Estado. Atualmente pertencem também a Costa do Cacau Canavieiras, Ipiaú, Itabuna, Itacaré, Pau Brasil, Santa Luzia, São José da Vitória, Una e Uruçuca.

O município de Ilhéus conta com uma rodoviária, um porto e um aeroporto. Localizada a 460 Km de Salvador, pela BR-101, ou a 310 Km, atravessando o ferry boat. Ilhéus é a porta de entrada para a Região. Desse modo, o local escolhido para o estudo foi o município de Ilhéus, por ser uma cidade que oferece serviços de turismo receptivo em algumas agências de turismo local.

O corpus empírico da pesquisa foi constituído por proprietários e gestores de agências de turismo receptivo situadas em Ilhéus. Para ter acesso a esses informantes-chave, primeiro foi feita uma pesquisa com o objetivo de obter uma lista de agências de turismo existentes em

Ilhéus, para destacar as que ofertassem e executassem os serviços de receptivo, a fim de realizar entrevistas com seus gestores. A primeira e a segunda lista foram obtidas através da internet, a primeira de um inventário turístico realizado pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), em 2011. E a segunda foi a lista do cadastur, o cadastro dos prestadores de serviços turísticos, executado pelo Ministério do Turismo. Porém ambas estavam incompletas e desatualizadas. Com isso foi necessário solicitar à Secretária Municipal de Turismo de Ilhéus uma terceira lista de agências de turismo.

Foram contabilizadas vinte agências de turismo em Ilhéus, porém apenas sete delas oferecem e executam o serviço de turismo receptivo. Com os contatos dessas agências foi possível agendar e realizada as entrevistas com cinco sujeitos, sendo quatro proprietários ou sócio e um gerente. Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro não-estruturado e de profundidade que possibilitava ao sujeito entrevistado construir de maneira discursiva a história da fundação da agência e os motivos que levaram ou não a oferta dos serviços oferecidos aos seus clientes.

O roteiro de entrevista foi elaborado a partir de uma perspectiva narrativa com algumas questões de apoio a fim de coletar informações que por ventura não fossem contempladas durante a fala do sujeito.

A fase de campo ocorreu no período de 14 a 22 de novembro de 2017. As entrevistas foram previamente agendadas por telefone para locais e horários indicados pelos sujeitos de pesquisa, de acordo com sua disponibilidade. Antes do início das entrevistas, os documentos protocolares da pesquisa foram assinados, a saber: (i) Documento de apresentação da pesquisa e pesquisadora, (ii) Termo de confidencialidade; e (iii) Termo de consentimento. As entrevistas duraram em média 15 minutos e foram gravadas com consentimento prévio dos entrevistados.

Finalmente, o percurso metodológico da pesquisa foi integrado pelo processo analítico-descritivo desde o primeiro contato com o campo empírico. Após a realização das entrevistas, todas foram ouvidas e transcritas atentamente. Realizada a transcrição de todas as entrevistas, os textos foram tomados a fim de compreender e analisar todo o conteúdo. Após leituras individualizadas a análise foi realizada a fim de responder o questionamento norteado da pesquisa e seus resultados estão expostos a seguir.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Ilhéus foi considerada a terceira cidade mais visitada da Bahia, com 4,3% pelos turistas nacionais em 2011, por pesquisa realizada pela Secretaria de Turismo do Estado, conforme Figura 01.

Através das entrevistas realizadas com gestores de agências de receptivo de Ilhéus, foi possível confirmar que a cidade ainda tem um bom fluxo de turistas. Porém nem todos que chegam em Ilhéus, permanecem ou visitam a cidade. Durante entrevista com o gestor da agência III, ele disse:

Ilhéus só é a porta de entrada. Então sempre foi assim, Ilhéus pra gente é porta de entrada porque tem o aeroporto, tem o porto e o aeroporto. Então, as pessoas vêm aqui pra se deslocar pra mais pra Itacaré ou pra Barra Grande, não pra ficar em Ilhéus, poucas pessoas ficam em Ilhéus.

Destino	Turistas Nacional	Turistas Estrangeiros
Salvador	32,5%	67%
Porto Seguro (Trancoso + Arraial)	9%	21,5%
Mata de São João (P. do Forte, Sauípe, Imbassaí)	9%	12,9%
Cairu (Cairu + Morro de São Paulo)	3,8%	10,7%
Marauí	2,5%	9,8%
Lençóis	1,8%	8,9%
Itacaré	2,2%	7,7%
Ilhéus	4,3%	5,7%

Figura 01: Estados mais visitados do Brasil  
Fonte: FIPE, 2011

Contudo, embora Ilhéus tenha um fluxo significativo de turistas, a atividade turística na cidade ainda tem muito a se aperfeiçoar. Ainda convém lembrar que turismo receptivo está relacionado ao conjunto de atividades responsáveis pela acolhida dos visitantes nos locais de destino, desenvolvidas tanto pelo setor público como pelo setor privado. (TEIXEIRA, 1999). Logo cabe dizer que compõem esse conjunto de atividades a infraestrutura receptiva (hospedagem, alimentação, lazer, transporte, atrações turísticas, guias de turismo, atendentes, comércio de artesanato e outros) aliado à gestão pública, iniciativa privada e comunidade local.



Com base na análise das visitas e entrevistas realizadas, visto que das sete agências de receptivo existentes foram feitas com cinco, é que as agências estão no mercado há algum tempo e executam os serviços de receptivo dentro e fora da cidade, sendo que duas mais voltadas para o turismo de massa, e as outras três para nichos mais específicos. Como, turismo de aventura, turismo individual, e turismo social.

Considerando as entrevistas realizadas, as agências oferecem os seguintes serviços de receptivo: *transfer*; *city tour* histórico; passeios; excursões; eventos. Somado a isso verificou-se que entre os serviços ofertados não há diversidade de opções de passeios em Ilhéus. Limitando-se em *city tour* histórico, praias e fazenda de cacau. Ainda assim com o agravo, a possibilidade de encontrar pontos turísticos fechados. Conforme afirmou o gestor da agência:

O turista chega aqui e acaba reclamando da infraestrutura, das ruas esburacadas, dos locais principalmente dos pontos de visitas fechados ao sábado a tarde e aos domingos, vários pontos turísticos que são hoje particulares e são fechados justamente no domingo que vem turistas também até de cidades vizinhas que não conhecem, mas que querem conhecer e não conseguem conhecer só no domingo, justamente porque estão fechados esses pontos turísticos.

Devido à falta de entretenimento e atrativos, Ilhéus se tornou um ponto de chegada para turistas que visitam outras localidades como Itacaré, Barra grande, Morro de São Paulo. O que confirma que Ilhéus é uma cidade com potencial turístico, devido as suas características naturais e culturais, e localização estratégica, dispondo de acesso fácil. Todavia ainda falta se consolidar como um destino turístico completo, aquele no qual o turista chega e desfruta do local consumindo os produtos e ofertas no local.

Isso se relaciona com o que afirma Cracolícia e Nijkamp (2008 apud FLORES; MENDES, 2014, p.226), que uma destinação turística deixa de ser um conjunto distinto de recursos naturais, culturais ou ambientais, assumindo uma configuração de um produto global, atraente e disponível em uma determinada área, uma carteira complexa e integrada de serviços turísticos produzidos com base em seu potencial autóctone, oferecido por um destino com objetivo de proporcionar uma experiência de férias e satisfazer as necessidades dos turistas.

As agências de receptivo são muito importantes para o destino, além das atividades desenvolvidas dentro do próprio município, elas promovem a cidade nas regiões emissivas, atraindo olhares tanto dos turistas como de novos investidores e parceiros, conseqüentemente

beneficiando o destino e a região, dessa forma todos ganham. Um exemplo disso está no que relata o gestor da agência II

No começo foi muito difícil, tinha dois três, quatro passageiros. Hoje com o passar do tempo conseguimos chegar a uma média de quase 80, de passageiros por dia chegando, entre chegadas e saídas. E conseguimos dar a volta por cima conseguimos fazer o turismo da região evoluir que é bem a minha parte, a parte comercial de vender o destino fora, nos principais pólos emissores, que é a região sudeste, a região centro-oeste e a região sul do Brasil.

No entanto, não é suficiente o esforço unilateral. Para garantir o sucesso do destino é preciso trabalhar em conjunto. O turismo em Ilhéus ainda não é bem valorizado. Além de profissionais qualificados é preciso gestão com a devida atenção formulando, formatando e dando condições para a prática do turismo, assim como a criação de parcerias entre empresários do setor, envolvendo também a comunidade local que são os anfitriões e também beneficiados com a prática do turismo receptivo. Isso corrobora com a afirmação de Castro e Midlej (2011, p. 22):

para que o turismo desenvolva-se com sucesso há a necessidade não apenas da intervenção do setor público, ou do setor privado, mas a parceria entre os diversos segmentos atuantes na atividade, conduzindo a um processo sinérgico, onde o todo é maior que a soma das partes integrantes de um sistema.

O processo do turismo receptivo apresenta componentes básicos que evidenciam a interdependência entre eles e demonstra que existe importância em cada um componente que pertence a esse ciclo e para que o mesmo funcione se faz necessário a atividade de cada um deles, conforme Figura 02.



Figura 2: Sistema Produtivo do Turismo Receptivo  
Fonte: Pazini et al, 2014

Nesse sentido, as agências de turismo receptivo situadas em Ilhéus/Ba precisam atenta-se tanto a Infraestrutura receptiva (hospedagem, transporte, alimentação, lazer, atrações turísticas, comércio e recursos humanos), quanto a gestão da atividade turística (governo, órgãos oficiais do turismo e empresários do setor), e quanto ao envolvimento da comunidade local (participação da comunidade) para atender de forma satisfatória a demanda existente e potencial de serviços turísticos receptivos no município (PAZINI *et. al.* 2014; PELIZZER, 2007).

## 5. CONCLUSÃO

Partiu-se do pressuposto de que Ilhéus por ser natural, histórica e culturalmente rica em atrativos turísticos oferece variadas opções de serviços de turismo receptivo que nem sempre são exploradas e ofertadas pelas agências locais aos turistas que visitam a cidade. O que se questionou foi como as agências de turismo de Ilhéus oferecem o serviço de receptivo?

Em resposta a esta questão, definiu-se como objetivo geral: compreender a oferta de turismo receptivo em Ilhéus, com base nos serviços ofertados pelas agências de viagens e turismo; e como objetivos específicos: identificar os serviços e roteiros oferecidos; entender os motivos que levaram a oferecer ou não os serviços; identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas agências na oferta do serviço de receptivo.

As decisões metodológicas foram apropriadas para cumprimento desses objetivos, pois permitiram que os dados primários e secundários que foram coletados fornecessem informações sobre a oferta de turismo receptivo em Ilhéus.

Em relação aos serviços e roteiros oferecidos pelas agências aos turistas identificou-se que as elas oferecem praticamente todos os serviços que uma agência de receptivo pode oferecer, como por exemplo: *city tour*, passeios e *transfer*. Foi constatado que existem poucas opções de roteiros dentro da cidade e com isso ocorre o escoamento de turistas para destinos próximos da região. Apesar da cidade possuir diversos atrativos naturais (praias, rios, lagoa, parques, RPPNs, APAs) e culturais (igrejas, capelas, fazendas, fábricas, museus, teatro, bibliotecas, entre outros).

Quando se trata dos motivos que levaram as agências a oferecerem os serviços de receptivos ou não, os principais fatores apontados estão relacionados com a falta de interesse

por parte do proprietário/gestor, falta de mão-de-obra especializada para atender os turistas, principalmente, aqueles internacionais, a falta de estrutura da cidade e a inadequação de alguns atrativos turísticos.

As principais dificuldades enfrentadas pelas agências na oferta do serviço receptivo estão relacionadas com o ambiente externo, principalmente, com questões que envolve a gestão municipal, o *trade* turístico e a comunidade.

A gestão municipal, por exemplo, é responsável por oferecer infraestrutura básica, transporte, segurança, limpeza pública, além de promover políticas e legislação em prol da conservação do patrimônio natural e cultural. Porém, nem sempre a gestão municipal atende essas demandas que são prioridades para o desenvolvimento do turismo local.

Dessa análise conclui-se que Ilhéus é um destino turístico com recursos naturais, históricos e culturais que possibilitam a oferta de mais opções de serviços receptivos do que os ofertados pelas agências pesquisadas. E que dentre as dificuldades encontradas para a oferta de mais serviços receptivos pelas agências existem alguns que fogem ao controle do proprietário das agências, visto que são considerados ameaças externas, como por exemplo, as condições precárias de limpeza urbana do município e as condições precárias dos transportes coletivo municipal. Essas ameaças dificultam o acesso a pontos turísticos que também se encontram em estado precário.

Um dos motivos para não oferecer novos serviços de turismo receptivo na localidade pode estar relacionada com a baixa permanência do turista no local. Este, pode se sentir desmotivado em permanecer em Ilhéus por questões alheias as agências, mas necessárias para movimentar o mercado turístico, como por exemplo: falta de infraestrutura, falta de investimento, poucos atrativos turísticos e deficiência em serviços turísticos e públicos.

Nesse sentido, vale ressaltar que os serviços oferecidos pelas agências de receptivo são de extrema importância para o desenvolvimento do turismo na cidade. Porém, as agências sozinhas não conseguem manter o turista no local por muito tempo com as condições que o município oferece. Logo, pode-se afirmar que muitas ações precisam ser desenvolvidas pela gestão municipal de maneira individualizada e em conjunto com as agências de turismo receptivo e outros segmentos do turismo a fim de alavancar o interesse dos turistas em permanecer em Ilhéus por mais tempo e desfrutar das várias opções de beleza, história e cultura que a cidade oferece.

Como sugestão para novos estudos, indica-se a continuidade de estudos sobre o turismo receptivo e sua relação tanto com a gestão municipal quanto com a comunidade. Contribuindo com a expansão das pesquisas deste segmento e possivelmente com a elaboração de estratégias que possibilitem a oferta de atrativos que consiga aumentar a permanência do turista no município.

## REFERÊNCIAS

ASTORINO, C. **Agências e Serviços Receptivos**. IN: Braga, D. C. *Agências de Viagens e Turismo: Práticas de Mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2002.

CASTRO, F. M. M.; MIDDLEJ, M. M. C. Planejamento turístico: análise da proposta no município de Valença (BA) no âmbito das recomendações das políticas públicas do turismo no país. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v.11, n. 1, p.18-35, abr. 2011.

COOPER, Chris et al. **Turismo, Princípios e Práticas**. Artmed Editora, São Paulo, 2001.

FLORES, Luiz Carlos da Silva; Mendes, Júlio da Costa. **Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 8(2), p.222-237, maio/ago. 2014. <https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/viewFile/717/640>. Acesso em: 20 de novembro de 2017.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 3 Ed. Rio de Janeiro. Senac, 2013.

MATOS, Francisco de Castro. **Turismo Receptivo e Terceiro setor: ações de fomento**. Anais do VII seminário de pesquisa em turismo do Mercosul. Universidade de Caxias do sul. Mestrado em Turismo. novembro de 2012. Disponível em: [https://www.uces.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/arquivos/04/03\\_49\\_44\\_Matos.pdf](https://www.uces.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/04/03_49_44_Matos.pdf). Acesso em: 20 de setembro de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Nordeste lidera intenção de viagens dos brasileiros**. Disponível em: [www.brasil.gov.br/turismo/2017/07/nordeste-lidera-intencao-de-viagens-dos-brasileiros](http://www.brasil.gov.br/turismo/2017/07/nordeste-lidera-intencao-de-viagens-dos-brasileiros). Acesso em: 04 de setembro de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **O Brasil recebeu 6,6 milhões de turistas estrangeiros em 2016**. Disponível em: [www.brasil.gov.br/turismo/2017](http://www.brasil.gov.br/turismo/2017). Acesso em: 04 de setembro de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **SONDAGEM do consumidor – Intenção de viagem**. Disponível em: [www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html). Acesso em: 04 de setembro de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o Mercado**. 1 Ed. Brasília. Ministério do turismo. 2010.

MUYLAERT, Camila Junqueira et al. **Entrevistas narrativas: um importante recurso em pesquisa qualitativa**. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/reusp/v48nspe2/pt\\_0080-6234-reusp-48-nspe2-00184.pdf](http://www.scielo.br/pdf/reusp/v48nspe2/pt_0080-6234-reusp-48-nspe2-00184.pdf). Acesso em: 24 de novembro de 2017.

Pazini, Raquel. et al. **Turismo Receptivo: uma análise dos city tours de Curitiba**. Revista turismo visão e ação Eletrônica, V.16. n. 3 – Set.- Dez. 2014.

PELIZZER, Hilário Ângelo. **Turismo e educação: um processo informal de ensino e aprendizagem**. São Paulo: Manole, 2003.

SECRETARIA DE TURISMO DA BAHIA. **Caracterização do turismo receptivo na Bahia**. Disponível em: <[observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/.../Relatório-Final-Bahia-2011.pdf](http://observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/.../Relatório-Final-Bahia-2011.pdf)>. Acesso em 06/10/2016.

TEIXEIRA, E. L. **Gestão da qualidade em destinos turísticos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.