CORUMBÁ
PREFEITURA

CUIDANDO BEM DA CIDADE. CUIDANDO BEM DAS PESSOAS.

# FUNDAÇÃO DE TURISMO DO PANTANAL

**Corumbá - Mato Grosso do Sul**
**2013**

Fundação de Turismo do Pantanal
Gerência Municipal de Políticas de Turismo
Gerência Municipal de Desenvolvimento de Programas de Turismo
Observatório de Turismo

# Pesquisa de demanda e movimentação econômica do turismo de pesca esportiva embarcada de Corumbá Mato Grosso do Sul

Corumbá, 2013

**Prefeito Municipal de Corumbá**
**Paulo Roberto Duarte**

**Diretora-Presidente da Fundação de Turismo do Pantanal**
**Hélènemarie Dias Fernandes**

**Secretário-Executivo**
**Luiz Ricardo Julião Rocha**

**Gerente de Políticas do Turismo**
**José de Carvalho Júnior**

**Gerente de Desenvolvimento de Programas de Turismo**
**Viviane Arruda Neves**

**Gerente Administrativo Financeiro**
**Vanessa Gomes**

**Coordenação do Observatório de Turismo**
**Ronan Xavier Machado**

2013, Fundação de Turismo do Pantanal

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados o autor e a obra. São vedadas a venda e a tradução, sem autorização prévia por escrito da Fundação de Turismo do Pantanal.

Fundação de Turismo do Pantanal
Rua Domingos Sahib 570, Porto Geral
79.301-120 – Corumbá-MS
http://www.corumba.ms.gov.br

# FICHA TÉCNICA

**Coordenação Geral:**
Hélènemarie Dias Fernandes

**Coordenação Técnica:**
Ronan Xavier Machado

**Apoio Técnico:**
Alessandra Souza Rodrigues
Bernardo de Barros Ibrahim
Ivan da Costa Brito
Letícia de Medeiros Caruzo
Maria Vitória Negrete Sandoval

**Colaboração:**
Marinha do Brasil – Capitania Fluvial do Pantanal
Conselho Municipal de Turismo de Corumbá - Comtur
Infraero – Superintendência do aeroporto de Corumbá/MS

## SUMÁRIO


**1. Apresentação** 7

**2. Pesquisa de demanda do turismo de pesca embarcada** 8

2.1 Perfil do turista 8

2.1.1 Faixa etária 8

2.1.2 Gênero 9

2.1.3 Estado civil 9

2.1.4 Nível de escolaridade 10

2.1.5 Nível de renda 10

2.1.6 Origem 11

2.2 Hábitos de viagem 11

2.2.1 Finalidade da viagem 11

2.2.2 Organização da viagem 12

2.2.3 Tempo de permanência 12

2.2.4 Meio de transporte 13

2.2.5 Meio de hospedagem 14

2.2.6 Realização de passeios 14

2.2.7 Avaliação do passeio 15

2.2.8 Avaliação das opções de lazer 16

2.2.9 Primeira visita e Fonte de informação 16

2.3 Sobre a cidade 17

2.3.1 Avaliação da cidade – Infraestrutura 17

2.3.2 Avaliação da infraestrutura turística 20

2.4 Percepção do turista 23

2.5 Variáveis financeiras 25

**3. Participação das embarcações de Esporte, Recreio e Lazer** 29

**4. Turismo de pesca – Área rural** 30

4.1 Pólo turístico Albuquerque 31

4.2 Pólo turístico Porto Morrinho 32

4.3 Pólos turísticos Porto da Manga e Passo do Lontra 32

**5. Impacto Econômico do Turismo de Pesca em Corumbá** 33

**6. Participação Econômico-Social do Turismo de Pesca – Cruzeiros Fluviais** 34

**7. Perspectivas para o setor** 36

**8. Anexo** 38

## 1. Apresentação

Corumbá, a histórica cidade do estado do Mato Grosso do Sul, situada no extremo oeste do Brasil, reconhecido Pólo Turístico do Centro Oeste Nacional, conforme estudo dos *65 Destinos Indutores de Desenvolvimento Turístico* do Ministério do Turismo[1], recebe anualmente turistas de várias regiões do País e do mundo, nas mais diversas modalidades de turismo de lazer, situando-se como principal destino turístico de pesca esportiva do Pantanal.

Enquanto segmento consolidado no município iniciado há mais de três décadas, se tornou eminente a necessidade de quantificar o fluxo turístico da atividade de pesca esportiva, retratando detalhadamente o perfil dos seus visitantes, bem como a movimentação gerada na economia local atual, através deste setor que cresce em sua participação econômica mundial, movimentando ampla cadeia produtiva, em função dos bens e serviços que o pescador amador consome para realizá-la.

Diante da importância econômica deste setor para Corumbá, a Fundação de Turismo do Pantanal, através do seu Observatório de Estudos e Pesquisas, realizou durante o segundo semestre do ano corrente, a inédita **Pesquisa de Demanda do Turismo de Pesca Esportiva em Corumbá – Mato Grosso do Sul**, em parceria com as empresas que operam este segmento ofertando cruzeiros fluviais[2], junto a entidades relacionadas com o setor, que foram cruciais para a elaboração desta análise.

Para concretizar o balanço da temporada de pesca esportiva do ano de 2013, somou-se a esta **Pesquisa de Demanda do Turismo de Pesca Esportiva em Corumbá – Mato Grosso do Sul,** a projeção do setor de pesca esportiva efetivada com a venda de pacotes de pesca esportiva que contemplam a utilização de pequenos barcos, onde o visitante se utiliza da estadia em terra, em hotéis e pousadas no município, tanto na área urbana quanto na área rural.

Neste sentido, utilizou-se dos dados coletados em entrevistas com empresários e amostras colhidas *"in loco"* nos Pólos Turísticos Rurais de Porto Morrinho, Albuquerque, Porto da Manga e Passo da Lontra.

[1] Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, 2013.

[2] Cruzeiro pelo Rio Paraguai, onde a viagem começa em Corumbá para diversos pontos de pesca esportiva ao longo do Pantanal Sul-mato-grossense. São cruzeiros que oferecem conforto e atendimento ao viajante com HU refrigeradas, restaurante , bar, guia de pesca em pequenos barcos, salas de estar e jogos, piscinas e jacuzzi. Com toda a infraestrutura e serviços a bordo *All Inclusive, id*eal para casais, famílias ou amigos.

## 2. Pesquisa de Demanda do Turismo de Pesca Embarcada

A pesquisa considerou a população total de turistas, conforme estimativa realizada pela Fundação de Turismo do Pantanal com dados fornecidos pela Marinha do Brasil – Capitania dos Portos, além de questionamentos aos Empresários, no quantitativo de 16.482 turistas por ano, durante os meses de março a outubro, com intervalo de confiança de 90% e margem de erro de 5%, para mais ou para menos.

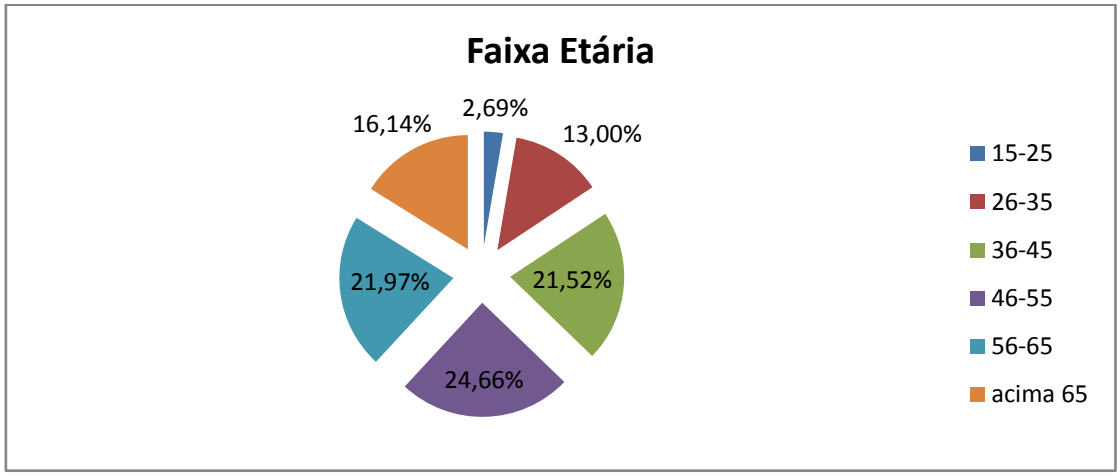
Este *quantum* refere-se ao montante de turistas que praticaram a pesca esportiva à bordo de cruzeiros fluviais, inclusas as embarcações de uso particular nomeadas como *Esporte, Recreio e Lazer*[3] pela Marinha do Brasil.

Foram aplicados, aleatoriamente, 223 questionários pelos pesquisadores, elaborados com base nas dimensões do estudo de competitividade mencionado, entre os meses de agosto, setembro e outubro de 2013, subsidiando a análise que permitiu a visualização do perfil turístico do segmento, com variáveis estratégicas para o empresário, como faixa etária, hábitos de viagem e gastos realizados.

Para facilitar e dinamizar o resultado da pesquisa veremos abaixo as ilustrações gráficas correspondentes aos pontos abordados durante as entrevistas.

### 2.1. Perfil do Turista

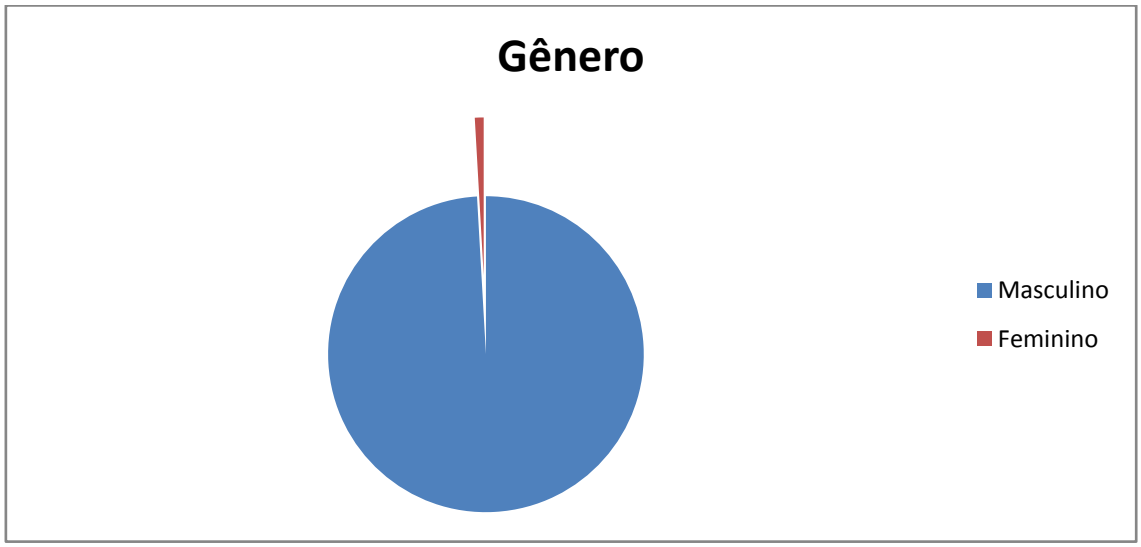
#### 2.1.1. Faixa Etária




Como visualizamos acima, o maior quantitativo de turistas embarcados possui acima de 36 anos, os quais somados representam mais de 84% dos turistas que praticam pesca esportiva. Contudo, estamos falando de um público superior a 2.500 pessoas, com idade entre 15 e 35 anos, que estiveram em Corumbá durante o ano, a bordo dos cruzeiros fluviais.

[3] As embarcações cadastradas na Marinha do Brasil como Esporte, Recreio e Lazer são proibidas de comercializar os cruzeiros fluviais, sendo que para esta pratica é obrigatório o cadastro como Transporte de Passageiros, implicando em adequações exigidas pela Marinha do Brasil, visando segurança para os embarcados.

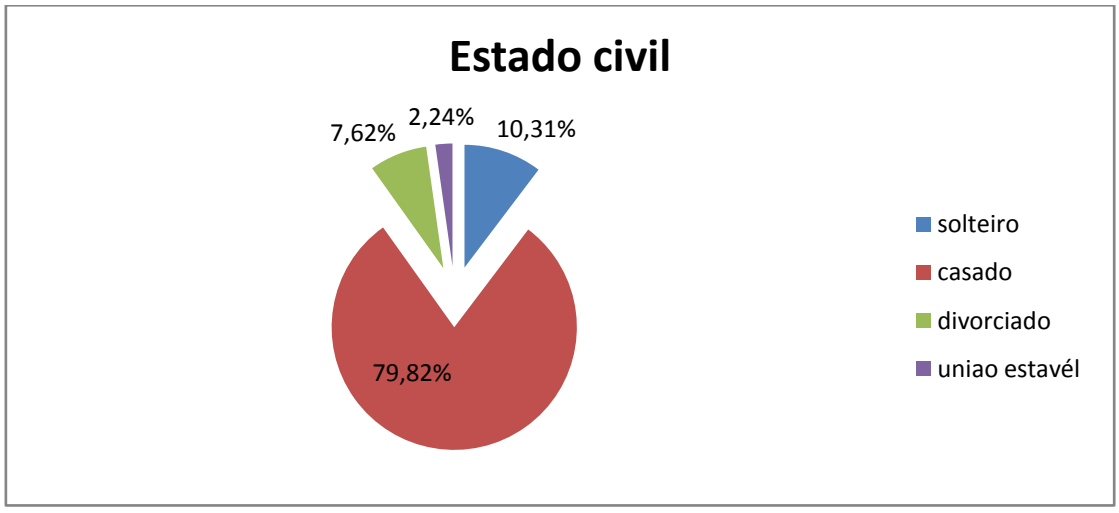
### 2.1.2. Gênero




Durante as entrevistas constatou-se várias nuances, tais como a predominância do público masculino que representa cerca de 99% dos entrevistados. Entretanto, vale ressaltar que também verificou-se a presença do público feminino e algumas vezes de famílias com filhos, porém os respondentes foram os homens, gerando o percentual mencionado.

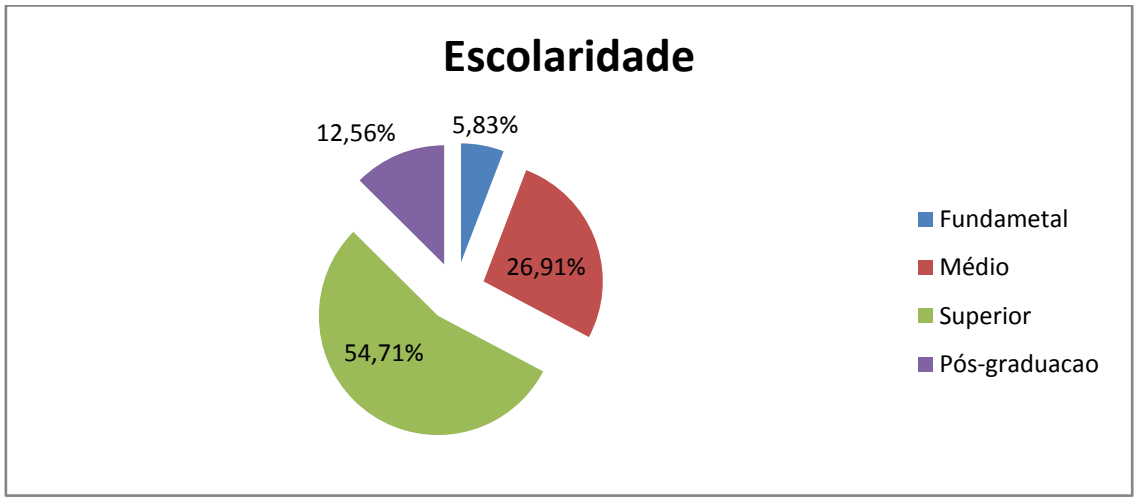
Vale ressaltar também que, através de conversas com os proprietários dos barcos-hotéis, a presença de mulheres nos cruzeiros fluviais está crescendo nos últimos anos, inclusive pelas opções de lazer oferecidas.

### 2.1.3. Estado Civil




Como visualizamos acima, o maior percentual dos turistas embarcados são casados, correspondendo a mais de 13 mil pessoas durante a temporada de pesca 2013. Este dado é relevante visto que este perfil de visitante tem maior potencial em consumir produtos na cidade, inclusive souvenires, além das compras na fronteira, sendo este mais uma oferta aos turistas que vêem à Corumbá.

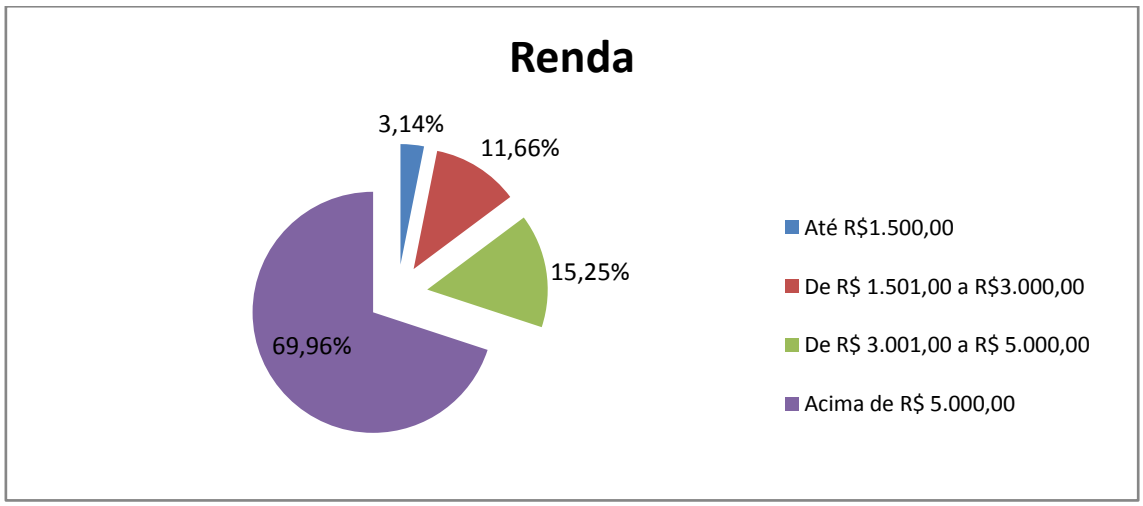
### 2.1.4. Nível de Escolaridade




Verificamos na pesquisa que mais da metade dos turistas embarcados possuem ensino superior, onde pouco mais de 12% são pós-graduados. Este dado é fundamental para os empresários, haja vista que os mesmos podem elaborar opções de lazer, bens e serviços que atendam o público, inclusive integrando outras modalidades do turismo, como o histórico-cultural.

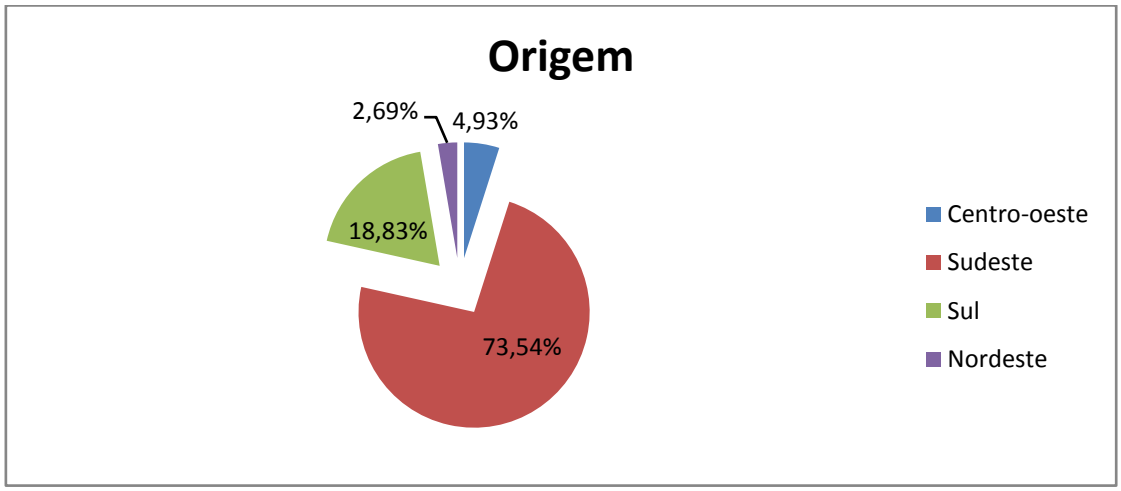
Outra relação qualitativa que este dado nos proporciona está na capacidade de absorção dos turistas quanto a realização de campanhas, a exemplo da conscientização para preservação ambiental.

### 2.1.5. Nível de Renda




O gráfico acima expressa o perfil econômico dos turistas que consomem os cruzeiros fluviais, onde quase 70% responderam ter renda acima de R$ 5.000,00 mensais e pouco mais de 15% dos turistas com renda entre R$ 3.000,00 e R$ 5.000,00, logo, percebemos o alto poder aquisitivo destes turistas, potencializando a melhoria dos empreendimentos ligados ao setor, ou mesmo a instalação de novas empresas.

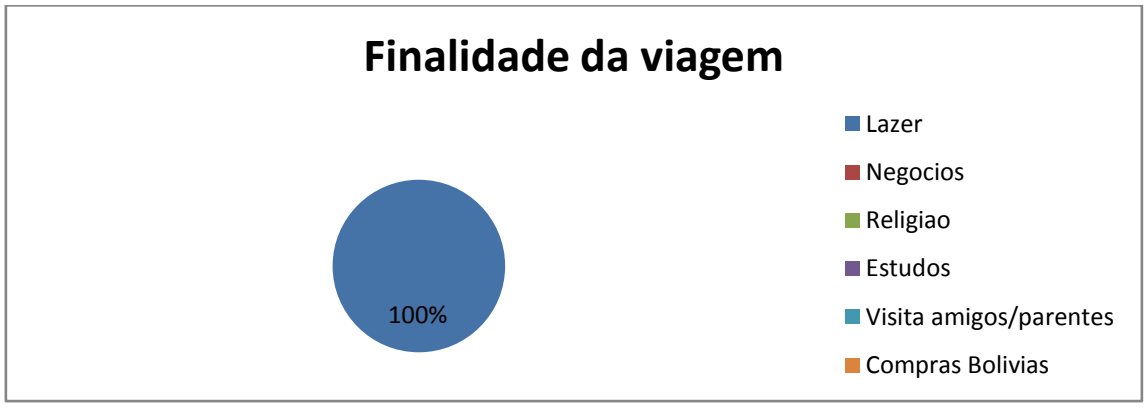
### 2.1.6. Origem




A informação referente à origem do turista é muito estratégica, principalmente aos empresários do setor, haja vista que dessa forma pode-se promocionar as regiões com maior incidência do público-alvo, minimizando os custos e acrescendo a eficiência. A pesquisa apontou uma maior demanda pelos turistas do sudeste Brasileiro, capitaneado pelo Estado de São Paulo, com 59,14% além de turistas de Minas Gerais e Rio de Janeiro. Há também uma demanda considerável de sulistas, cerca de 3.100 turistas, onde o Paraná é o principal Estado emissor, correspondendo a 78,5%, seguido dos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

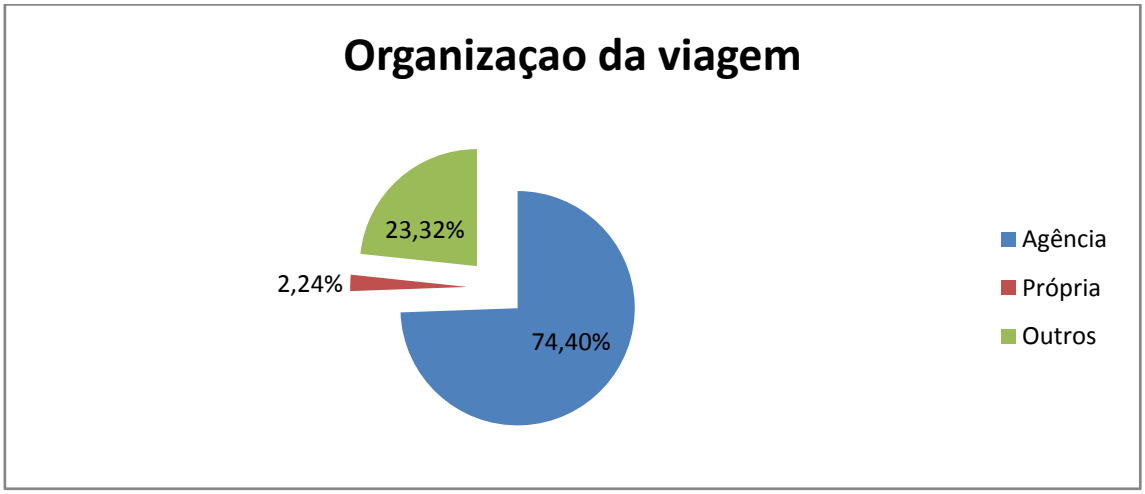
## 2.2. Hábitos de Viagem

### 2.2.1. Finalidade da Viagem



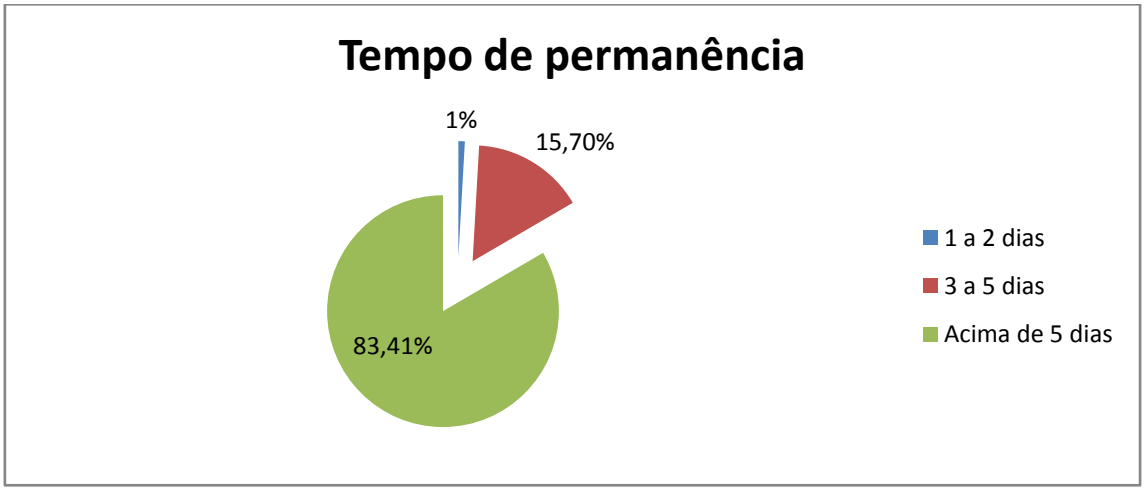

Visto que a pesquisa foi realizada com turistas embarcados em cruzeiros fluviais, a obtenção deste resultado é comum, pois os visitantes buscam o lazer e a prática da pesca esportiva, portanto, a principal finalidade da vinda à Corumbá está nessa categoria.

### 2.2.2. Organização da Viagem




Quando indagados sobre a organização da viagem, foram constatadas três principais tipos de respostas, onde a maior parte dos entrevistados, aproximadamente 12.260 turistas, disseram ter adquirido seus respectivos pacotes através das agências de viagens[4], uma ínfima parcela organizou sua viagem por meios próprios e pouco mais de 23% estão na opção *outros.* Esta opção está representada pelos grupos de amigos que organizaram suas caravanas para pescar na capital do Pantanal.

### 2.2.3. Tempo de Permanência



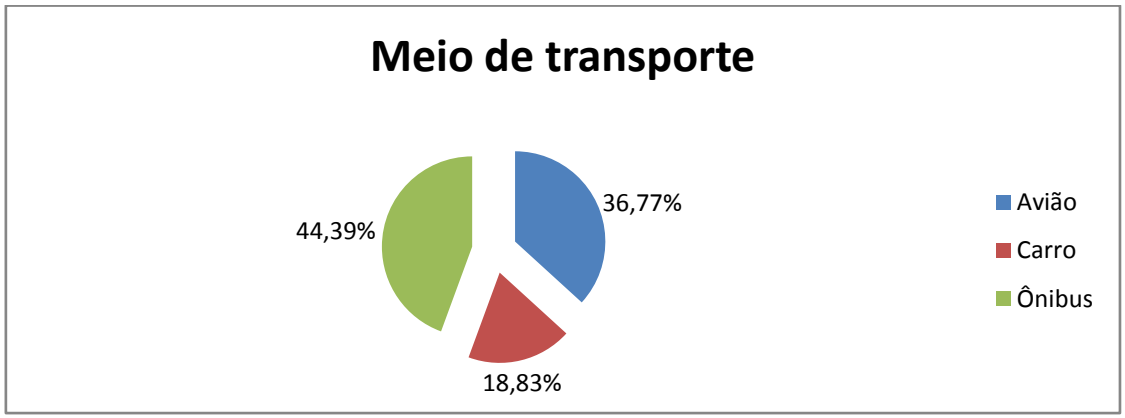

A permanência dos turistas embarcados, em sua maioria, está acima de 5 dias, entretanto existem pacotes diferenciados cuja permanência está entre 1 e 5 dias.

A maior parcela dos turistas embarcados passa seus dias em Corumbá, navegando pelas águas do Rio Paraguai, contudo, visto a duração da estadia e o tempo disponibilizado pela grande maioria dos turistas, apresenta-se como um potencial para a cidade a possibilidade de que este turista reserve ao menos um dia, para o

[4] Correspondem, em maioria, as agências que exclusivamente comercializam os pacotes de pesca esportiva em cruzeiros fluvais em Corumbá.

conhecimento da rica cultura local, além de fomentar a economia, considerando que haja roteiros e opções para o perfil deste turista.

### 2.2.4. Meio de Transporte




A pesquisa apontou que cerca de 6.000 dos turistas demandantes dos cruzeiros fluviais, chegaram à Corumbá através do transporte aéreo no ano de 2013, entretanto o meio de transporte rodoviário ainda é a principal escolha, representando 63,2% dos turistas. Tal opção é curiosa, haja vista o nível de renda dos turistas, que possibilita a aquisição de passagens aéreas, contudo durante as pesquisas, escutamos os entrevistados apontando as razões que levaram a escolher o acesso rodoviário, sendo que a falta de vôos em outros horários e o alto preço da passagem foram as principais variáveis mencionadas.

Mesmo considerando que a utilização do transporte aéreo está em menor percentual, conforme ilustração anterior verificou-se uma participação significativa dos turistas de pesca no total de embarques e desembarques realizados no período analisado pela pesquisa, conforme tabela abaixo, a qual utilizou dados do fluxo total de passageiros domésticos no aeroporto internacional de Corumbá, incluindo os vôos particulares[5], logo, a intenção da tabela é de demonstrar a dimensão e relevância do turismo de pesca para o setor aéreo.

| Total de turistas | Total de Embarques – saídas de Corumbá (A) | Total de Desembarques – Chegadas à Corumbá (B) | Total do Fluxo aéreo dos turistas de Pesca (C) = (A+B) |
|---|---|---|---|
| 6.060 | 6.060 | 6.060 | 12.120 |
| Total de Embarques e Desembarques no Aeroporto de Corumbá, entre Março e Outubro de 2013[6] (D) | | | 20.865 |
| Participação de C em D | | | 58,08% |

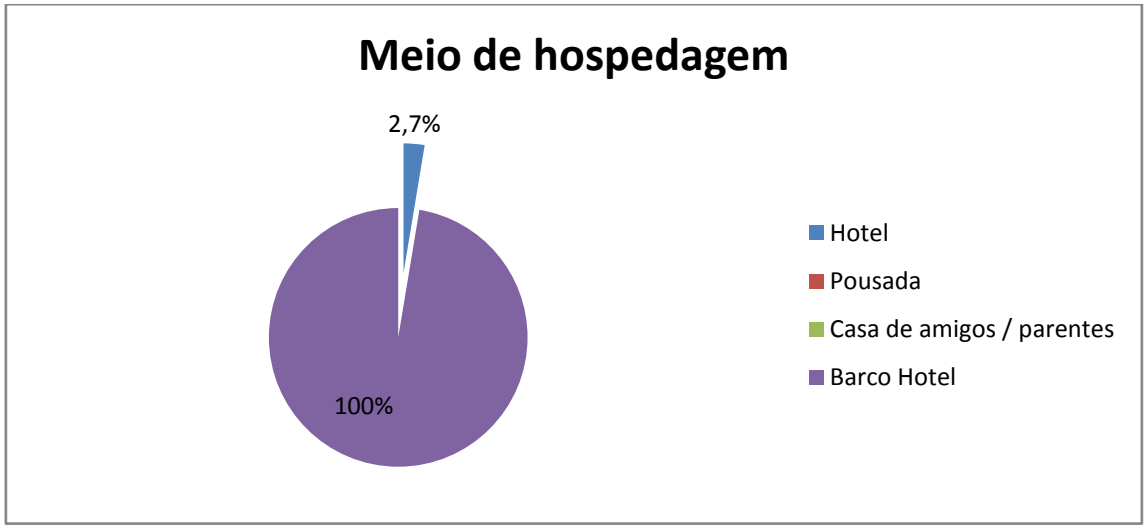
A estimativa considerou que os turistas mencionados, usuários do transporte aéreo, utilizaram este meio para sua chegada e partida, portanto, realizaram um embarque e um desembarque, individualmente, justificando o total de 12.120.

[5] Considerados os vôos de empresas privadas e seus agentes, organizações militares e de fomento, entre outros.
[6] Dados coletados da base de estatísticas da Infraero – Disponível em http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatistica-dos-aeroportos.html

Verificamos então que, durante a temporada de pesca 2013, os turistas considerados na pesquisa, optantes do meio de transporte aéreo, correspondem há mais de 58% do fluxo de passageiros nacionais no aeroporto de Corumbá.

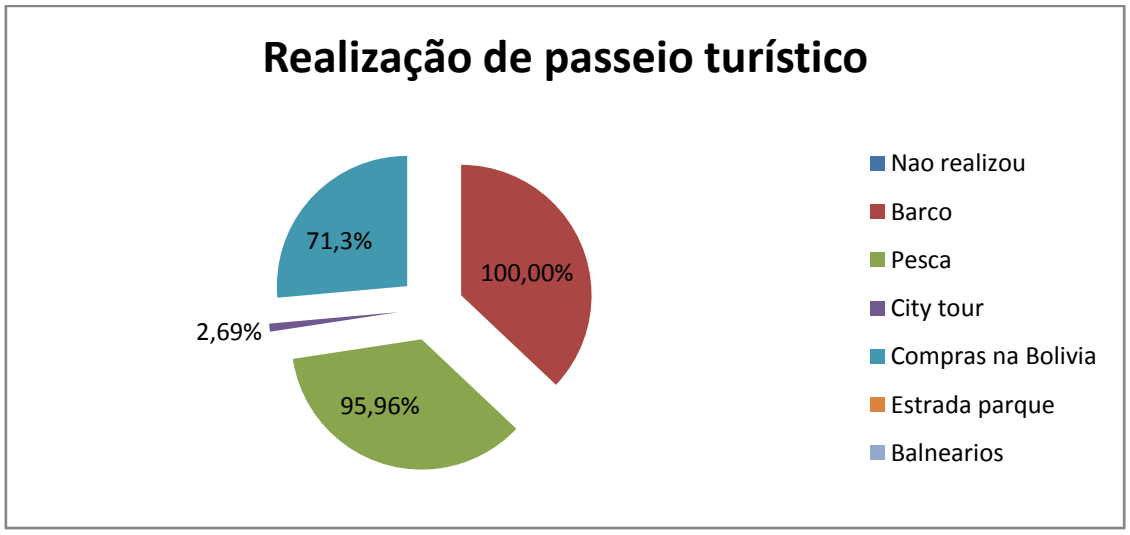
A análise acima reforça a necessidade de atenção a uma das variáveis apontadas pelo estudo dos *65 destinos indutores*, já mencionado anteriormente, com relação aos investimentos no acesso ao destino através da variedade na oferta desta variável.

### 2.2.5. Meio de hospedagem



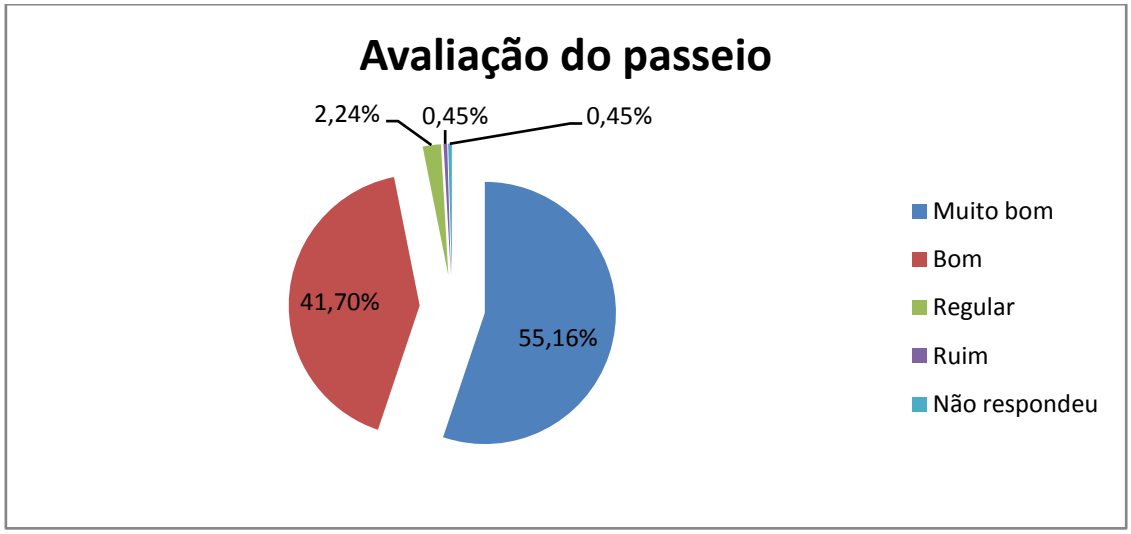

Como esta pesquisa foi realizada com os turistas embarcados, obviamente que todos os entrevistados e considerados pela análise, utilizaram os barcos-hotéis como meio de hospedagem, contudo verificou-se situações em que o turista, além da estadia no cruzeiro fluvial, também realizou pernoite em algum empreendimento hoteleiro da cidade, logo, gerou um estímulo a mais no fluxo monetário local através do pagamento de suas diárias, bem como as refeições realizadas.

### 2.2.6. Realização de Passeios



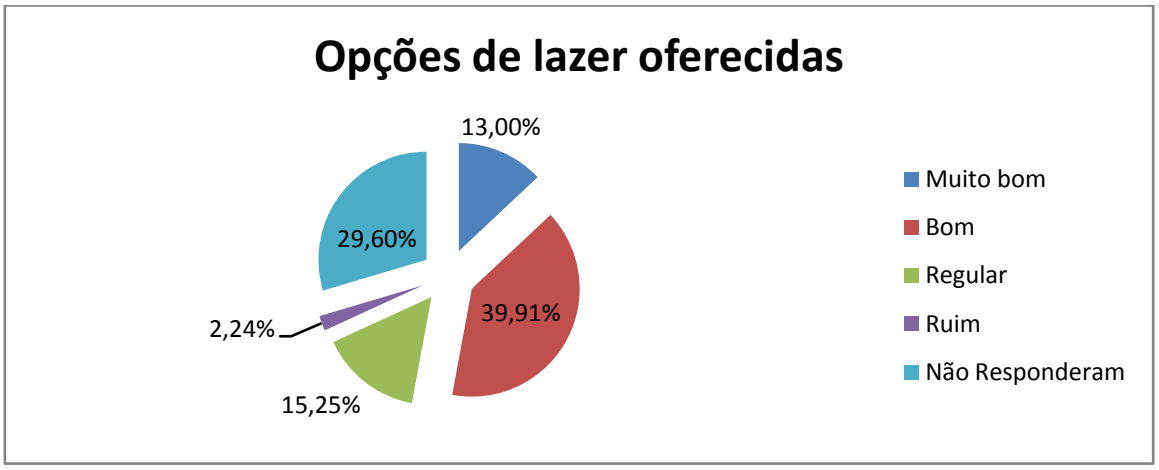
Nas entrevistas realizadas, também pôde-se perceber a grande demanda pelos turistas na realização de compras internacionais, haja vista que a maioria dos pacotes dos cruzeiros fluviais oferecem ao turista o transporte para o país vizinho, potencializando o turismo de fronteira. Para tanto, consideramos que, como se trata de turista embarcado, automaticamente ele já está realizando o passeio de barco, explicando a totalidade da opção, entretanto verificamos alguns pontos curiosos, como o fato de 95,96% dos entrevistados terem praticado a pesca esportiva; Isto se dá pelo fato de haverem mulheres e crianças que consomem os cruzeiros fluviais como verdadeira opção de descanso e contemplação das belezas pantaneiras. Verificou-se também nesta variável, a procura de pouco menos de 3% dos turistas pelo city tour, reiterando a possibilidade de oferecer aos mesmos, um roteiro voltado à Cidade e sua história.

### 2.2.7. Avaliação do passeio



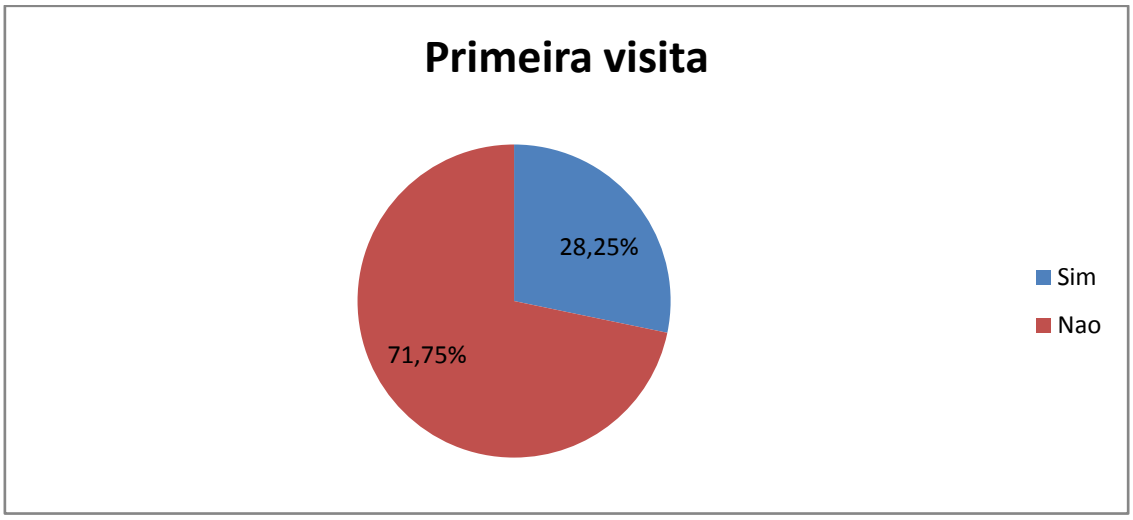

Não somente importante é conhecer o perfil do turista que se está atendendo, mas também é importante saber qual a avaliação do consumidor quanto ao produto adquirido, por este motivo a pesquisa buscou absorver a opinião do turista, oferecendo quatro alternativas, conforme ilustrada no gráfico. O maior *quantum* dos turistas avaliou o cruzeiro fluvial de maneira bastante positiva, 96,86% avaliaram como "Bom" ou "Muito Bom", dessa forma reforçando a qualidade do setor no destino turístico.

### 2.2.8. Avaliação das opções de lazer




Nesta questão, os entrevistadores buscaram absorver dos turistas a avaliação da oferta turística que os mesmo encontraram em nossa cidade. Cerca de 53% dos entrevistados avaliaram positivamente as opções de lazer oferecidas em nossa cidade, contudo quase 30% dos turistas preferiram não responder aos questionamento. Atribuímos estes casos a falta de programação ou/e informação dos mesmos, visto que alguns deles não tinham conhecimento dos atrativos locais, ou mesmo optaram somente pela pesca esportiva.

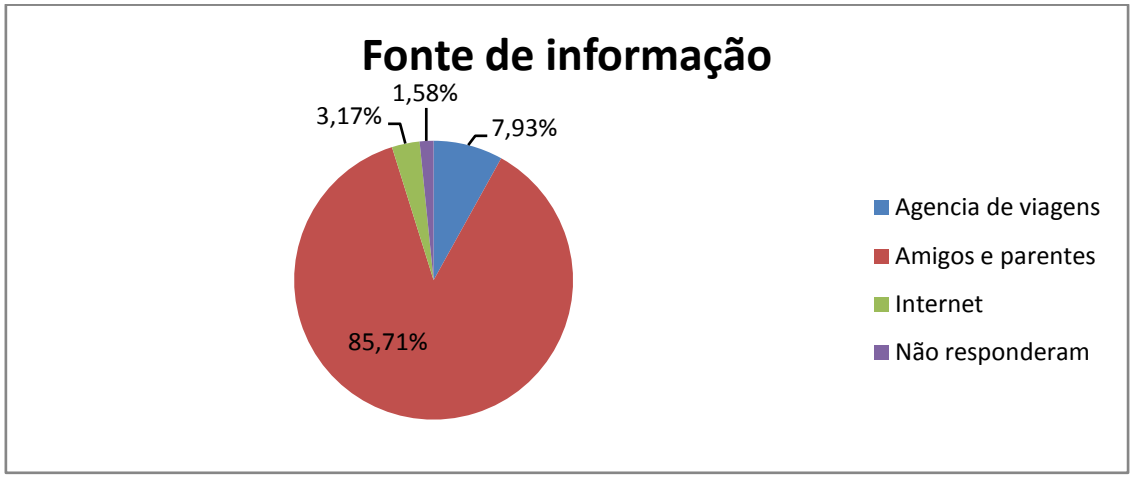
### 2.2.9. Primeira visita e Fonte de Informação




Para a manutenção de um destino turístico, bem como seu crescimento, o destino deve ser capaz de fidelizar seus visitantes e principalmente atrair novos, mostrando-se competitivo e inovador, encantando o turista a cada nova visita.

A pesca esportiva é um segmento turístico que comumente fideliza seus adeptos, seja pela infraestrutura oferecida, mas principalmente pela riqueza das espécies de peixes, característico de Corumbá, entretanto a pesquisa realizada apontou um número significativo de novos visitantes, consolidando a região como Pólo de Desenvolvimento turístico do centro-oeste.

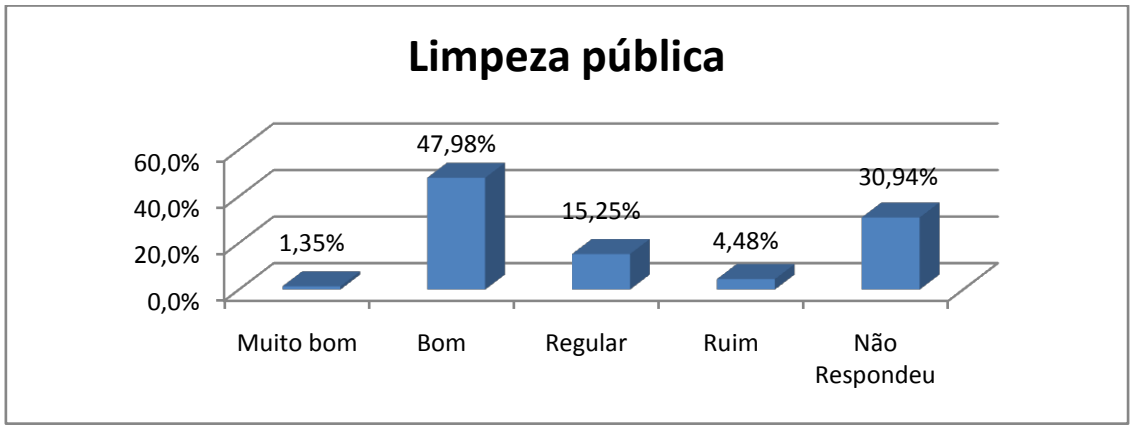
Neste sentindo, a pesquisa apurou que mais de 28% dos turistas embarcados durante o ano de 2013, estiveram pela primeira vez em Corumbá, em maior parte conheceram o destino por meio da indicação de amigos e parentes, como mostra o gráfico abaixo, dado que reforça a qualidade e o bom atendimento ao turista.




## 2.3. Sobre a cidade

### 2.3.1. Avaliação da cidade – Infraestrutura

O questionamento sobre a atual situação de nossa cidade, em relação às variáveis da dimensão de Infraestrutura da cidade, como Limpeza, Segurança e Transporte público, serviço de táxi, internet e sinalização turística, foi realizada a todos os entrevistados, entretanto, somente os que efetivamente andaram pela cidade estavam aptos a avaliar os critérios questionados, justificando o alto percentual de "não respondeu" para os turistas que, em casos singulares que ao chegarem à cidade, embarcam diretamente para os cruzeiros e ao retornar, seguem aos seus destinos, logo, não tiveram a oportunidade de observar e avaliar a cidade.



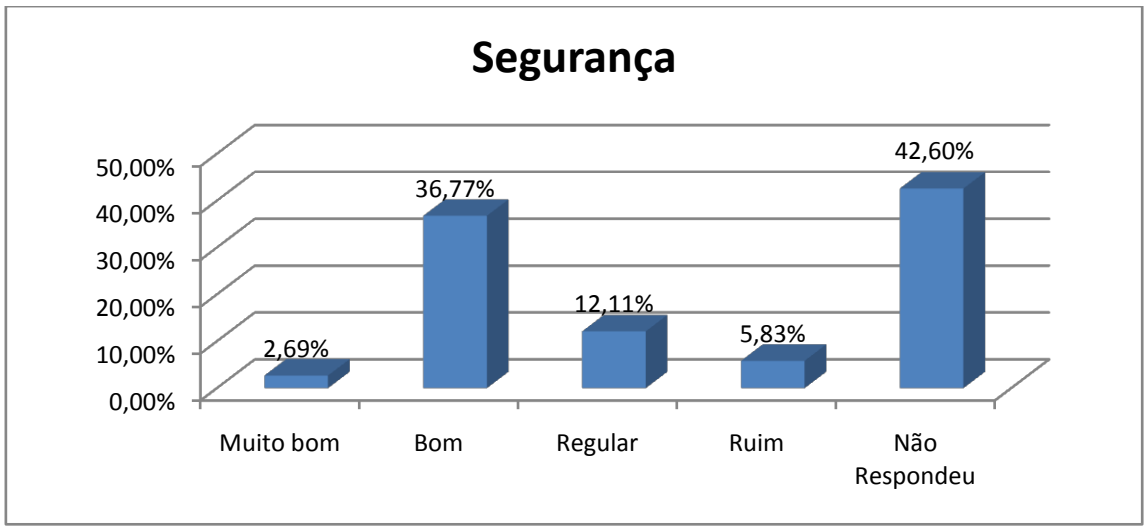

A variável limpeza pública tem finalidade estratégica para um destino turístico, visto que representa o zelo que seus moradores dedicam para a região, interessando inclusive ao poder público.

Nesta variável, Corumbá recebeu uma avaliação positiva, com cerca de 48% dos entrevistados atribuindo um nível bom para a limpeza pública, contudo também serviu

de alerta pois quase 20% dos turistas avaliaram de forma a considerar uma necessidade de melhoria nesta variável para o município.

A variável segurança está contemplada no estudo realizado pela Fundação Getulio Vargas, pois tem relação direta com o destino turístico. Uma cidade que não oferece um ambiente seguro para seus visitantes pode incorrer na diminuição gradativa da demanda turística, afetando diretamente a economia local.

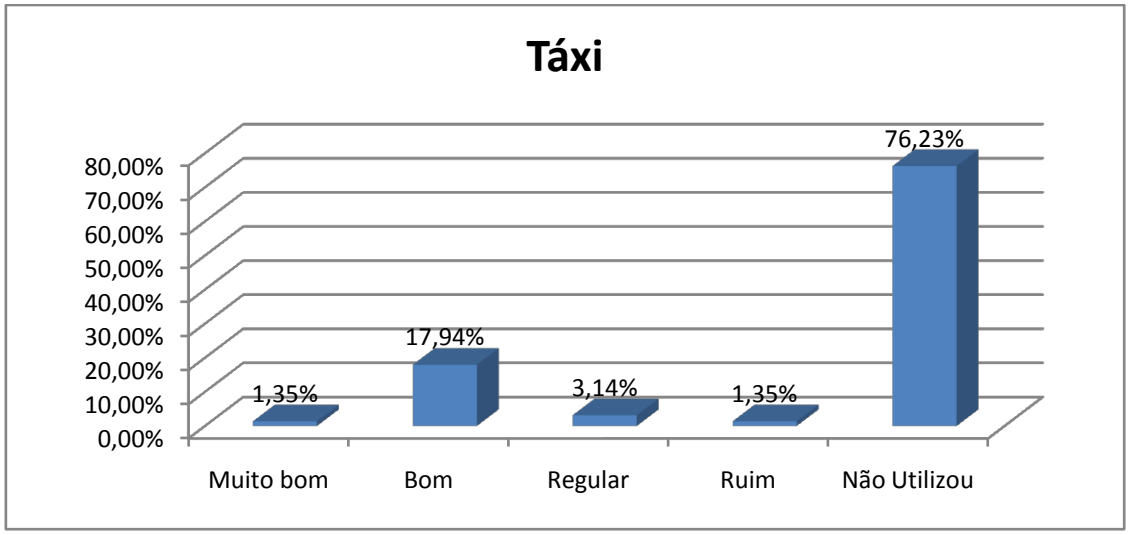
Nesta variável, como podemos visualizar abaixo, Corumbá apresentou um resultado satisfatório, considerando que pouco menos de 40% dos entrevistados, responderam que se sentem seguros no destino, contudo há lacunas que devem ser consideradas, haja vista que cerca de 2.900 mil turistas avaliaram como ruim ou regular a referida variável.



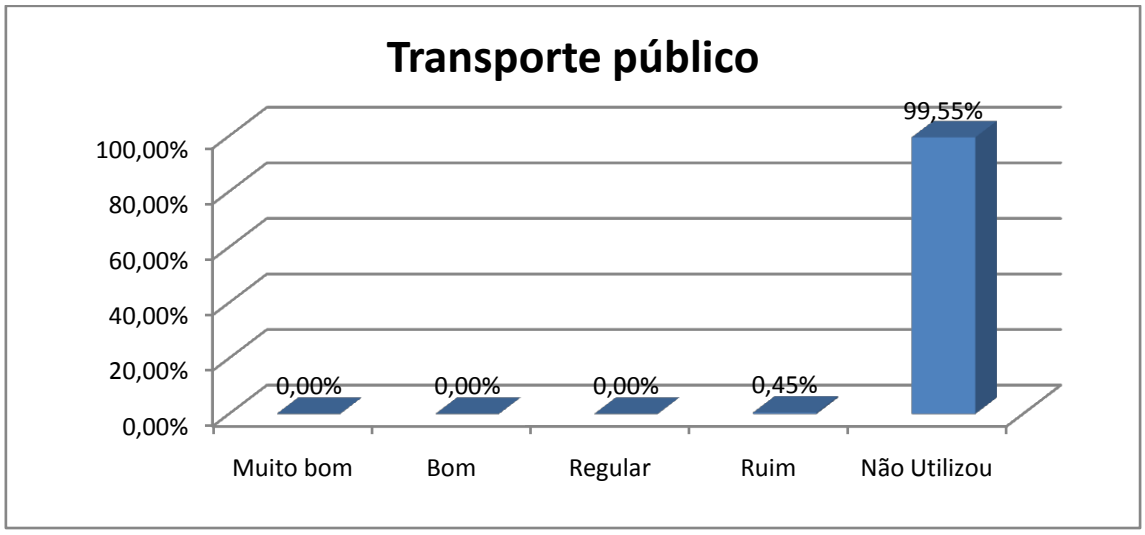

A pesquisa também absorveu as opiniões quanto ao serviço de táxi e de transporte público oferecido na cidade, pois se trata de um critério importante para os visitantes que precisam de meio de transporte para se locomover no destino.

Nesta variável verificou-se o maior quantitativo na opção "não utilizou" entre os entrevistados. Isso ocorre, pois os turistas embarcados, quando não se locomovem por meio de transporte próprio ou mesmo ônibus alugado pelo grupo, têm o serviço de transporte oferecido pelas empresas que comercializam os pacotes, dessa forma os visitantes não precisam, em maior parte, dos serviços ofertados na cidade.

Contudo, entre os turistas que utilizaram os táxis da cidade, menos de 24% dos visitantes, quase 18% destes avaliaram o serviço como de boa qualidade, e dos aspectos negativos levantados, a demora em encontrar um veículo em circulação foi a mais relatada.

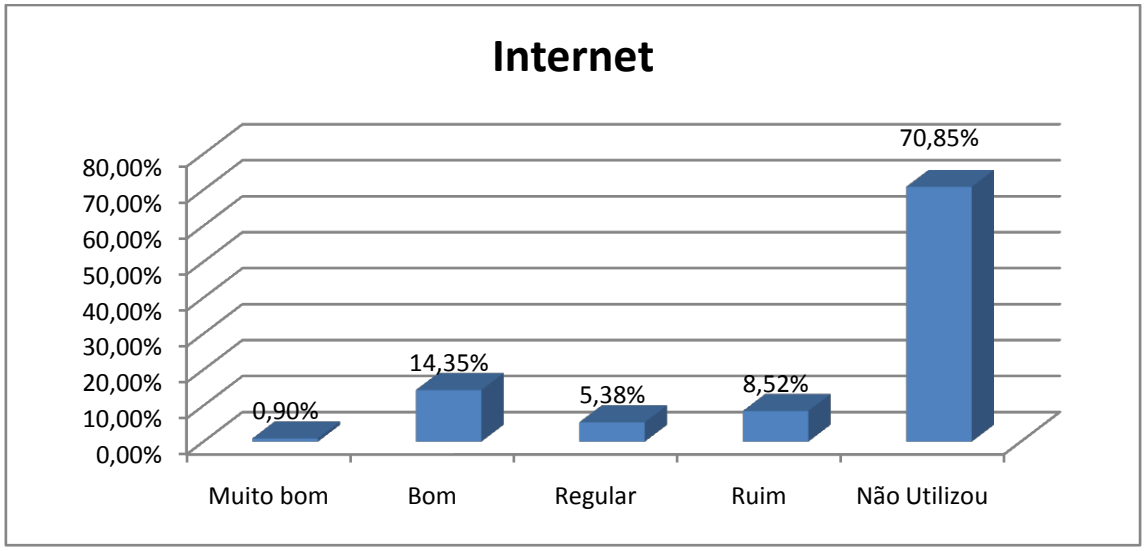



O serviço de transporte público foi utilizado por apenas um dos entrevistados, representando menos de meio por cento da amostra, porém o mais curioso foi a avaliação deste único usuário que atribui a pior avaliação ao serviço, ressaltando a necessidade de mudanças nesta variável.



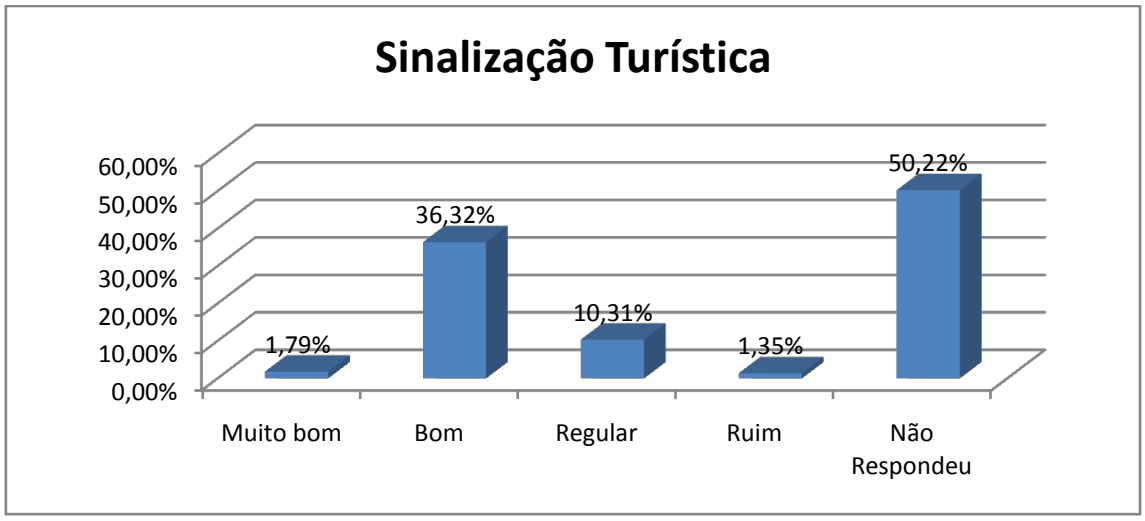

Nos dias atuais, onde tudo está conectado e as redes sociais são verdadeiros diários pessoais, a internet tornou-se um instrumento, não só de comunicação, mas de promoção, estratégica para o destino turístico, isso porque os visitantes costumam expor suas experiências em viagens em tempo real, justificando a necessidade de um serviço de internet com qualidade e a preocupação de absorver o sentimento dos visitantes quanto à variável.

Como podemos visualizar abaixo, a maior parte dos visitantes, mais de 70%, não utilizaram o serviço de internet em nossa cidade, isso porque ao serem questionados pelos pesquisadores, estes visitantes disseram que optaram por se "desligar do mundo" e que o Pantanal é o lugar mais propício para isso, pois proporciona ao turista, se afastar das rotinas de trabalho e apreciar as belezas naturais inigualáveis.




Entre os entrevistados que utilizaram o serviço, pouco mais de 15% avaliaram como um serviço de qualidade, contudo, quase o mesmo percentual, 14%, avaliou como ruim ou regular, ressaltando ser uma variável de prioridade para o destino turístico.

A variável sinalização turística está intimamente ligada ao fortalecimento do destino turístico, haja vista que sua eficiência transfere segurança ao turista, oportunizando e tornando acessível à visitação nos diversos pontos da cidade.

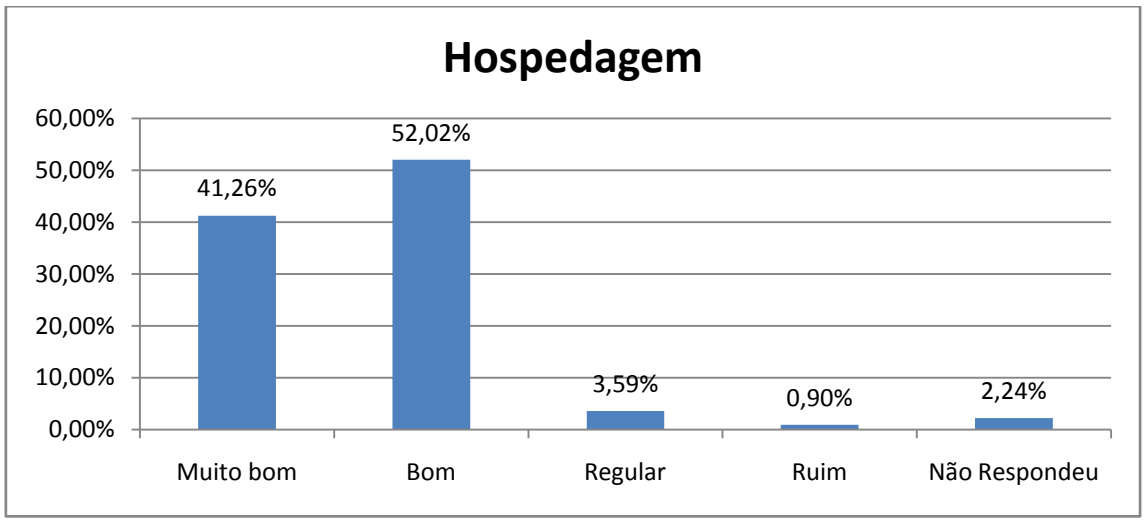



Nesta percepção, mais da metade dos entrevistados não responderam a esta questão, reflexo do quantitativo que chega via transporte aéreo ou mesmo nos ônibus alugados e não circulam pela cidade, conforme verificamos nas opções de lazer realizadas, onde o city tour fora pouco realizado.

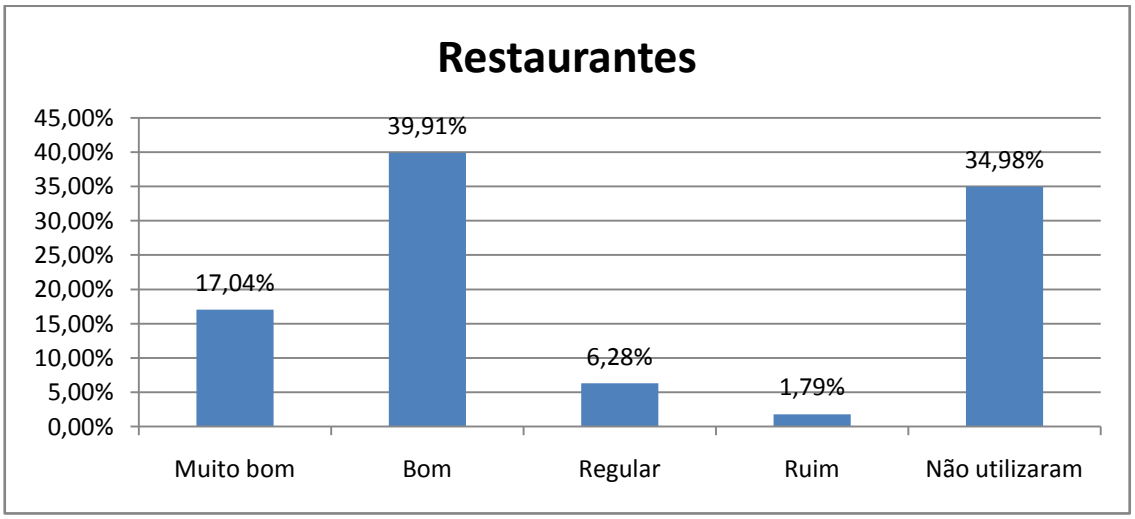
### 2.3.2. Avaliação da Infraestrutura Turística

A pesquisa também se preocupou em captar a percepção do turista com relação a algumas variáveis da Infraestrutura Turística, tais como o meio de hospedagem utilizado, restaurantes e vida noturna, bem como as informações turísticas e a avaliação do visitante com relação aos preços praticados. Ressaltamos que a modalidade "Não Utilizou" aparece em algumas variáveis, considerando os que não

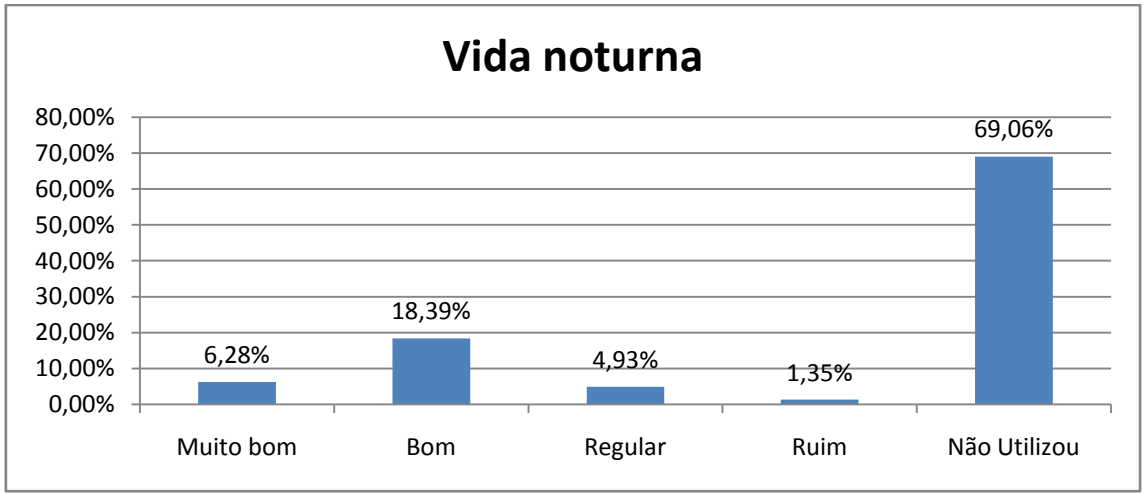
demandaram, por exemplo, a vida noturna, concentrando a permanência nos cruzeiros fluviais, conforme mencionado anteriormente.



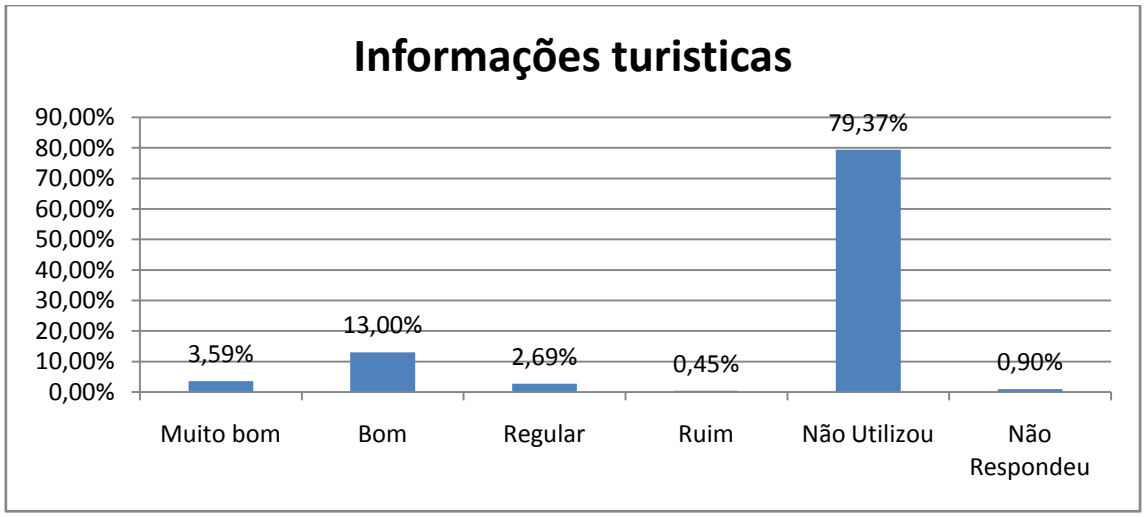

A avaliação quanto ao meio de hospedagem, se tratando dos turistas embarcados, está considerando os barcos-hotéis somente, e certificou o motivo da grande atração de turistas neste segmento, visto que mais de 93% dos entrevistados avaliaram como "Bom" ou "Muito bom" o meio de hospedagem utilizado, ressaltando a qualidade e o profissionalismo dos empreendimentos do segmento.




Já a variável restaurantes foi avaliada somente pelos entrevistados que consumiram nos empreendimentos da cidade, logo, a percepção quanto aos serviços de alimentação oferecidos tiveram pouco menos de 40% avaliando como "Bom" o serviço, quantitativo menor que 10% entre "Ruim" e "Regular", colocando como serviço de boa qualidade. Este fato se deve aos recentes investimentos verificados no setor, com a reestruturação de empreendimentos e a abertura de novos, aumentando a competitividade e repercutindo na qualidade de maneira positiva.

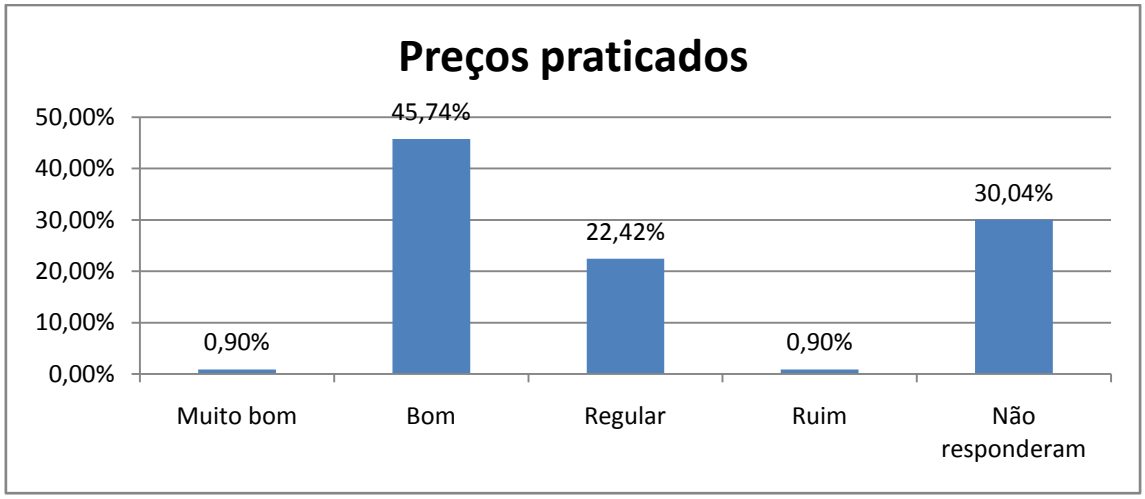



Como mencionado anteriormente, a vida noturna é uma variável pouco demandada pelos turistas embarcados, visto os casos de ausência de pernoite desembarcado, portanto, impossibilita o consumo das opções de lazer no período noturno.




Informações turísticas de qualidade são essenciais para o desenvolvimento do destino turístico, pois deve passar ao visitante o conhecimento de curiosidades e informações gerais, satisfazendo o turista e encantando-o. Neste quesito, com relação à modalidade pesquisada, atrelado ao grande quantitativo de visitantes que já conhecem o destino, quase 80% dos entrevistados disseram não ter utilizado os serviços, entretanto dos que demandaram informações, a maioria avaliou como bom e muito bom, conforme visualiza-se no gráfico acima.

Também considerada como variável estratégica, saber a opinião dos demandantes quanto ao nível de preço praticado nos diversos produtos do destino, serve como fator de balizamento para futuros reajustes bem como norteia as práticas promocionais dos empresários.

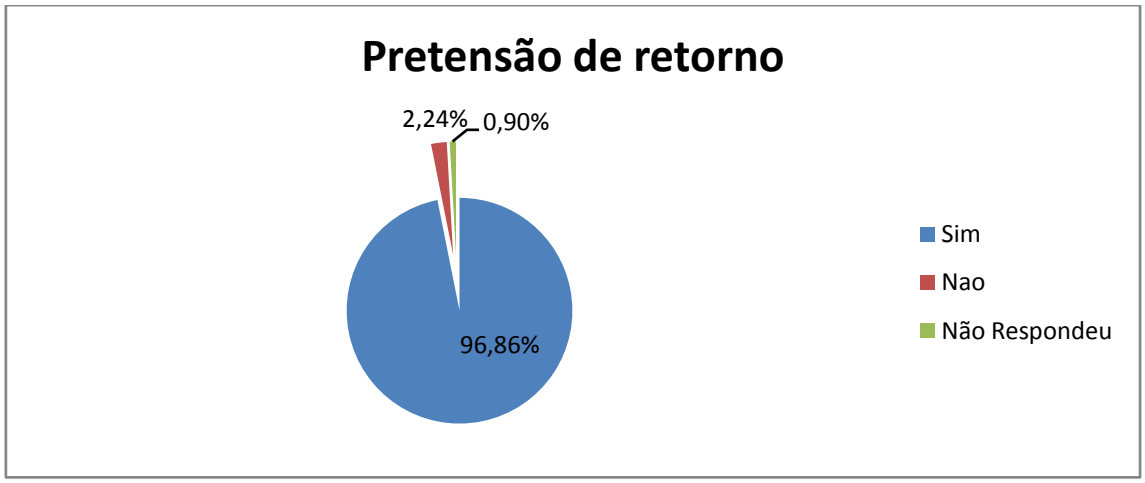



A maior parcela dos entrevistados considerou como bom o nível de preço praticado do montante do que fora consumido na cidade de Corumbá, entretanto considerando os que avaliaram como ruim e regular, que somam 23,32% dos turistas, o que serve de alerta para a estratégia na definição de preços da ampla cadeia produtiva, que contemplado pelo segmento de bens e serviços, consumido pelos turistas desse segmento.

## 2.4. Percepção do Turista

Quando da elaboração do questionário pelo Observatório do Turismo, houve preocupação em recolher a percepção do turista, relacionado às expectativas individuais de cada um.

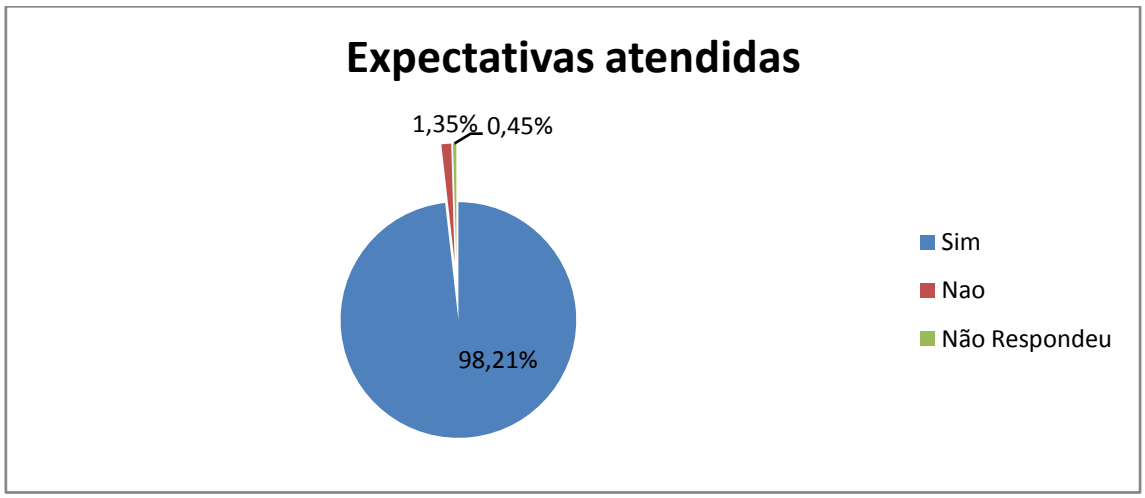
Um dos principais fatores que refletem a satisfação do turista está na pretensão deste em retornar ao destino, variável que retrata, de maneira geral, se o turista foi bem atendido, considerou adequado o nível de preços e tantas outras variáveis que compõem a decisão do consumidor.



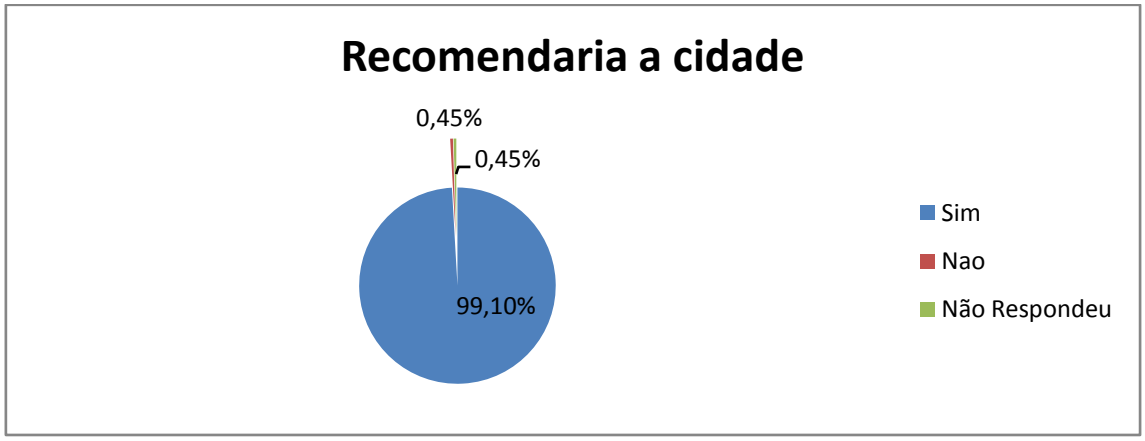

Neste quesito, Corumbá apresentou um resultado muito positivo como destino turístico, visto que 96,8% dos turistas disseram ter pretensão de retorno. Considerando que, conforme apresentamos no início desta análise, cerca de 28% dos

visitantes abordados estiveram pela primeira vez em Corumbá, ao cruzarmos os dados podemos dizer que 97,7% destes tem pretensão de retorno.

Estes dados foram alcançados, pois as expectativas dos turistas foram atendidas em quase sua totalidade, como mostra o gráfico abaixo.

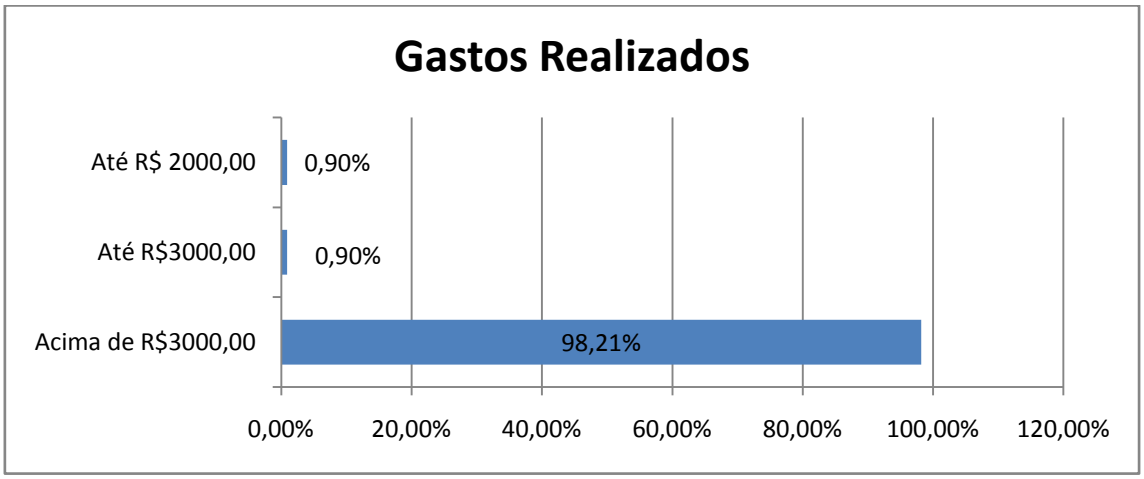



De todos os turistas que visitaram Corumbá durante a temporada de pesca 2013, conforme projetado pela pesquisa com base nos dados elencados, mais de 98% dos turistas saíram satisfeitos, logo, potencializando uma forma de marketing reconhecidamente eficiente, a famosa propaganda "boca-a-boca", confirmada pela variável abaixo de recomendação do destino.



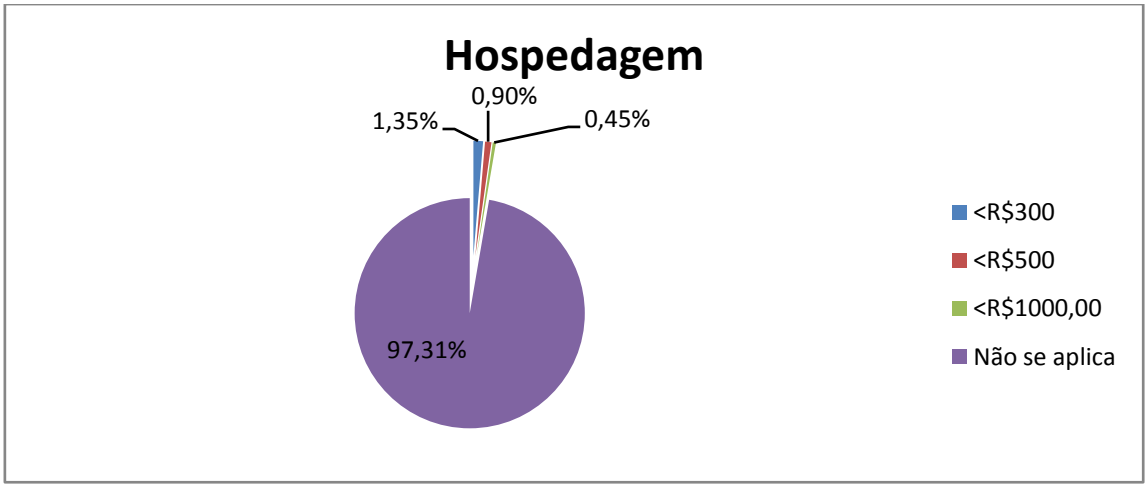

Quando questionados sobre as expectativas da viagem, o que norteia a resposta do próximo questionamento de recomendação do destino, a quase totalidade dos turistas entrevistados, 99,1%, relataram que recomendaria o Pantanal de Corumbá para a prática da pesca esportiva.

## 2.5. Variáveis financeiras



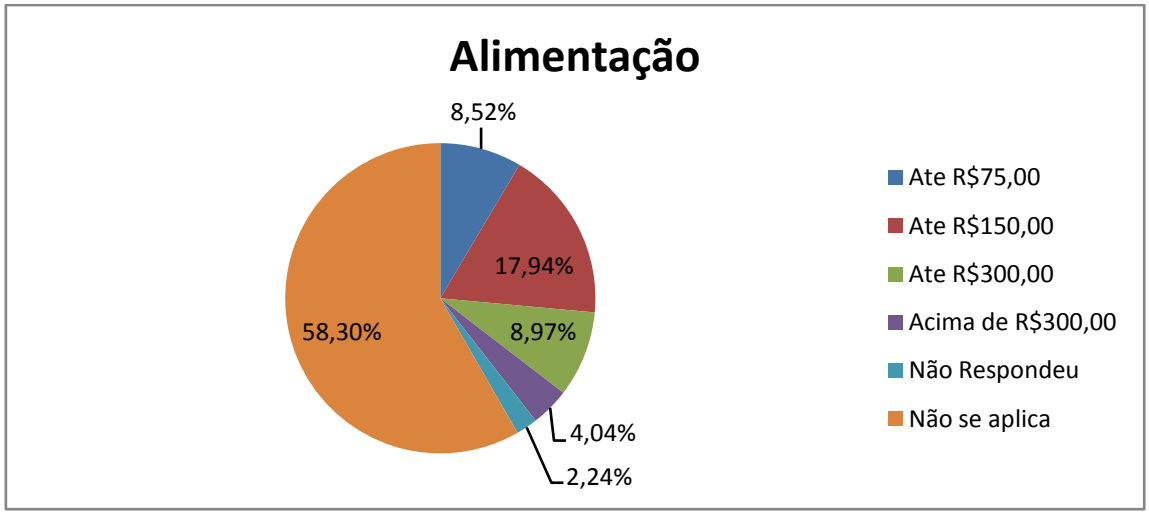

Um ponto de grande relevância para o destino turístico está nos gastos que foram efetivamente realizados pelos turistas, entretanto vale ressaltar que neste valor está incluso o pacote dos cruzeiros fluviais, os quais superam, em grande maioria, o valor médio de R$ 3.200,00, logo, o resultado obtido em que 98,21% dos turistas efetivaram acima de R$ 3.000,00 em gastos, já era esperado.

Um ponto relevante apurado pela pesquisa está no detalhamento dos gastos realizados, conforme veremos abaixo.

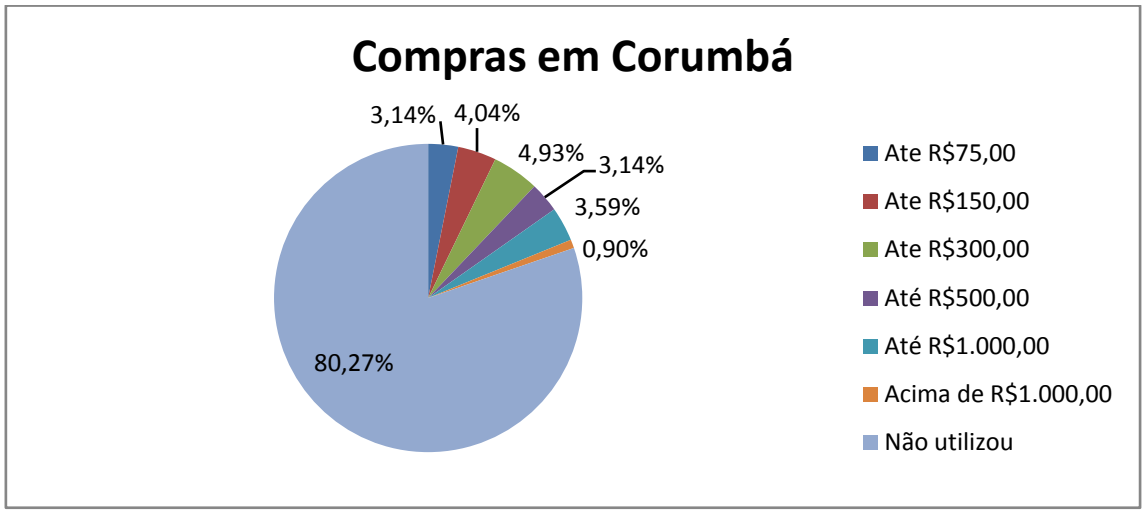



Os gastos realizados com hospedagem apresentaram a opção de "não se aplica" ao considerar os gastos com os cruzeiros fluviais, visto que estes são verdadeiros produtos da oferta turística, portanto, os gastos com hospedagem se referem exclusivamente aos que realizaram pernoite nos hotéis da cidade, antes ou depois da realização do cruzeiro fluvial, entre os quais o maior gasto ficou até R$ 300,00.

No campo da alimentação, os gastos foram realizados na cidade por 39,47% dos entrevistados, entretanto 58,3% dos turistas estão na condição "não se aplica", decorrente da permanência nos cruzeiros fluviais e da não realização de consumo nos restaurantes da cidade.

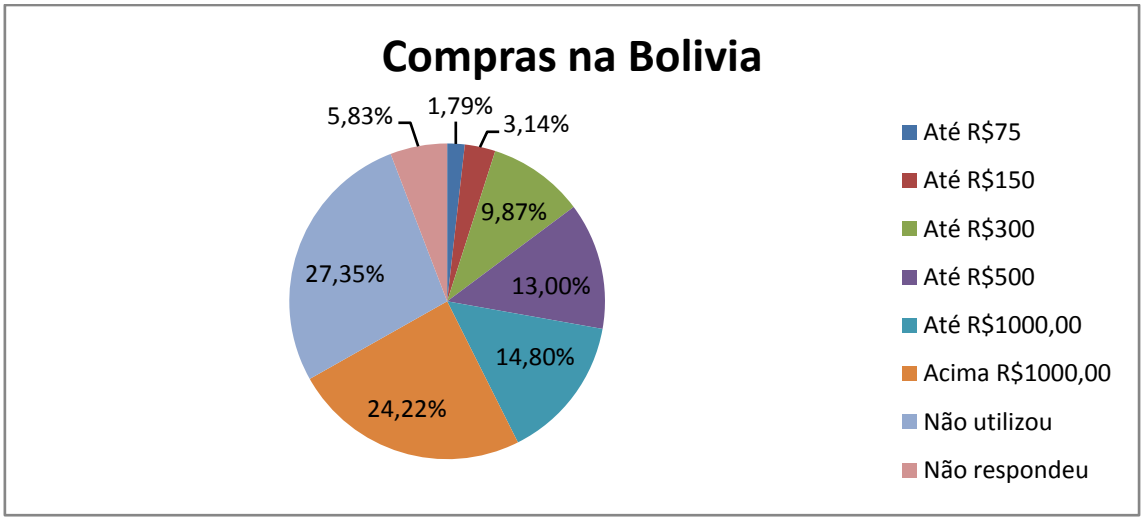



Esta questão também é peculiar aos turistas embarcados, visto que nos pacotes, a alimentação está inclusa, portanto só responderam aqueles que consumiram alimentação além dos pacotes. Ainda assim, mais de 35% dos turistas, o equivalente a 5.840 pessoas, gastaram até R$ 300,00 em alimentação na cidade de Corumbá, durante a temporada de pesca 2013.



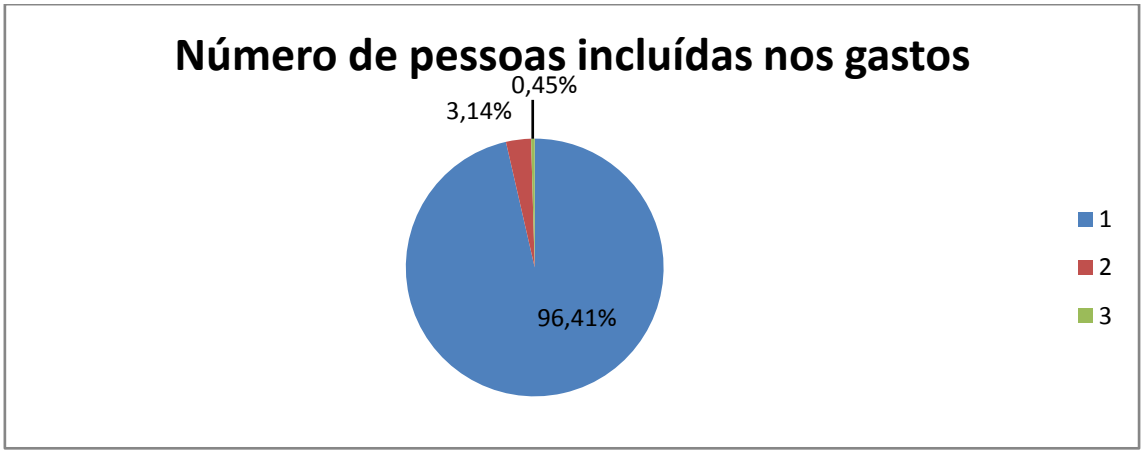

No aspecto financeiro, também foi preconizado pela pesquisa, o gasto estimado em compras na cidade, excluindo meios de hospedagem e alimentação em restaurantes, visando verificar quais os outros gastos realizados pelos turistas embarcados no decorrer dos oito meses de pesca. A opção não utilizou, em maior quantitativo, representa os que não adquiriram nenhum produto ou serviço nos empreendimentos locais, contudo pouco menos de 20% dos turistas registraram alguma aquisição, mais comumente envolvendo materiais de pesca e pequenos souvenires.

Projetando os percentuais de gastos em Corumbá no total estimado de turistas durante a temporada de pesca 2013, temos uma movimentação de R$ 1.381.422,35 somente destes pequenos gastos.




O turismo de fronteira é reconhecido pela Fundação de Turismo do Pantanal como um produto da oferta turística de Corumbá, que neste cenário será reforçado pela pesquisa de demanda, conforme o gráfico acima, onde quase três quartas partes do total de turistas embarcados, realizaram compras no país vizinho.

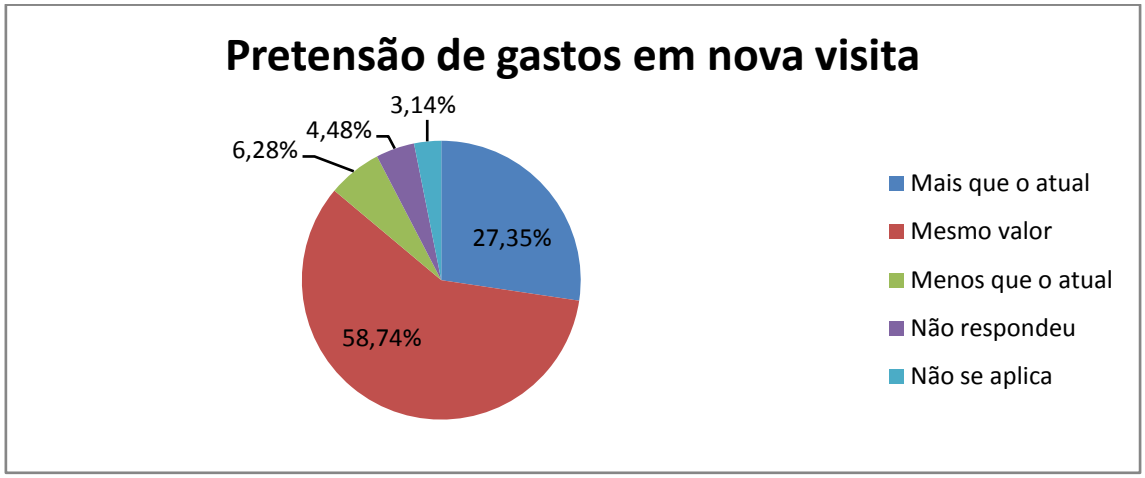
Considerando o quantitativo de turistas que realizaram compras e relataram o valor gasto, cerca de 67% dos turistas, conforme os percentuais descritos no gráfico acima, perfizeram um total estimado de R$ 8.094.387,67 em aquisições no país vizinho, dessa forma contribuindo com o fomento da faixa de fronteira, potencializando o portal internacional de Corumbá com a América do Sul.




O segmento de pesca esportiva, como verificamos anteriormente, é em maioria praticado por homens, contudo, conforme percepção dos pesquisadores, os cruzeiros fluviais já recebem mulheres e famílias, público este que pode ser potencializado pelas operadoras em suas próximas estratégias comerciais e de marketing. Contudo, os dados mencionados explicam a presença de mais de uma pessoa nos gastos realizados, logo, baseados nos dados do gráfico acima, pouco menos de 600 pessoas estiveram em Corumbá, a bordo dos cruzeiros fluviais, acompanhando o entrevistado.

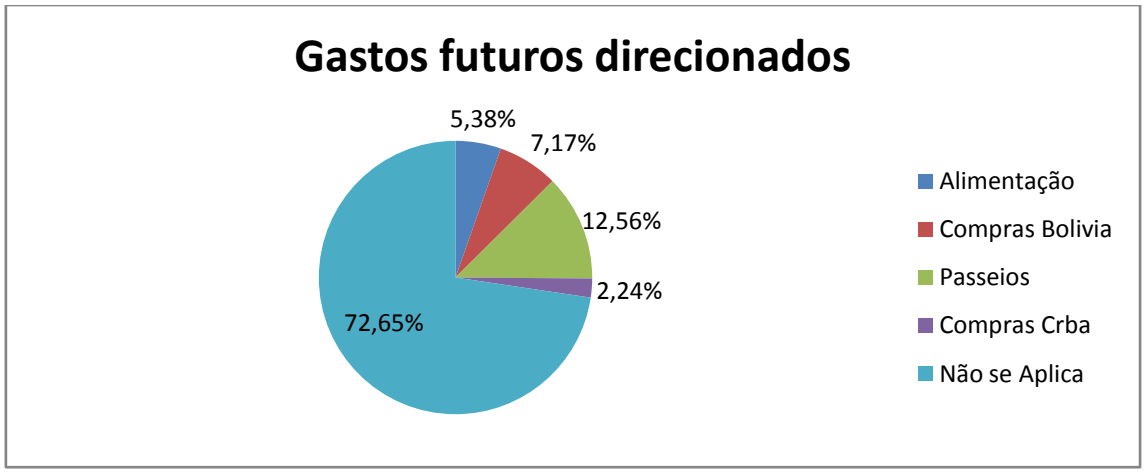
Ainda relacionado ao aspecto financeiro, àqueles que responderam positivamente na variável "Pretensão de retorno", foram questionados sobre os gastos futuros em uma nova visita.

Esta informação está direcionada principalmente a iniciativa privada, haja vista que ao saber que o consumidor deseja inverter maiores recursos em determinada finalidade, a oferta e a abordagem dos empreendimentos ligados a esta, devem ser assertivas para captar estes gastos e fomentar a economia local.




A maior parcela dos entrevistados que pretendem retornar à Corumbá, responderam que desejam gastar a mesma quantia invertida no ano de 2013, entretanto mais de 27% pretendem desembolsar valores maiores que os atuais em uma nova visita, incorrendo em estimativas de crescimento para a cadeia produtiva do turismo na capital do Pantanal.

Este questionamento tem importância estratégica ao cruzar com o direcionamento destes gastos futuros, variável também questionada e que se refere somente aos que desejam gastar acima do montante invertido no ano de 2013.



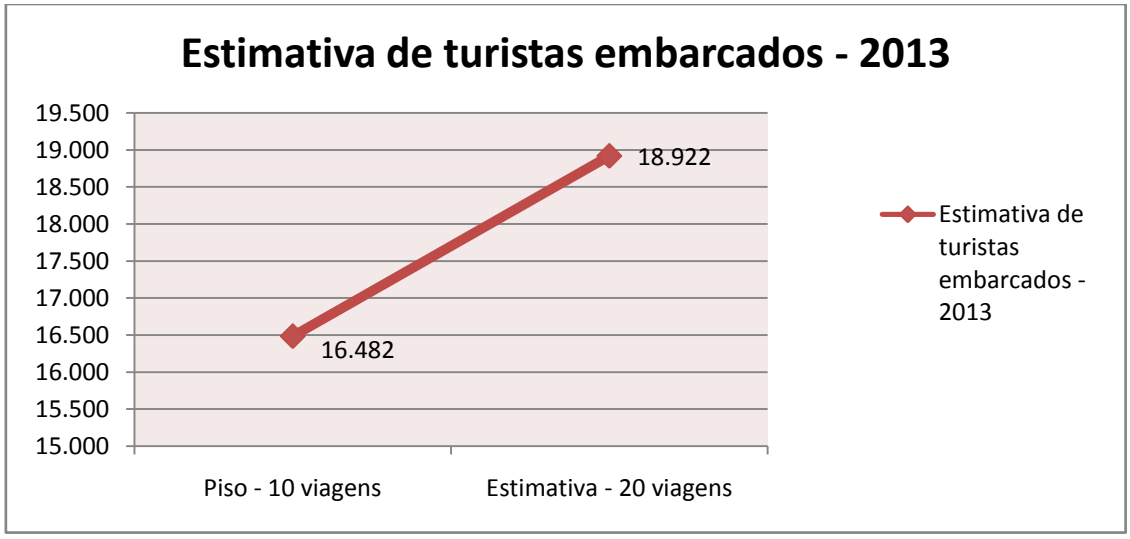

Do total de novos gastos, a maior parcela seria destinada para novos produtos da oferta turística, conforme relatada aos entrevistados, como balneários, city tour ou mesmo estrada parque pantanal, além das possíveis aquisições na cidade de Corumbá e o possível aumento de gastos nos restaurantes da cidade.

## 3. Participação das Embarcações de Esporte, Recreio e Lazer.

A fim de definir o universo de pesquisa e o número da amostra, este trabalho se baseou nos dados fornecidos pela Marinha do Brasil, por intermédio da Capitania Fluvial do Pantanal, que repassou o número de passageiros embarcados nos cruzeiros fluviais da maioria das embarcações comerciais, as quais devem entregar relatórios constantes à Marinha, a cada viagem realizada. Entretanto, conforme entendimento considera-se turista todo aquele não residente que busca o destino para lazer, negócios, estudos, saúde, religião ou compras. Sendo assim, os visitantes que possuem barcos e realizam cruzeiros fluviais privados, acompanhados de familiares e amigos, sem fins lucrativos, também são considerados para esta pesquisa, visto que estes praticam a pesca esportiva, além de movimentarem a cadeia produtiva do turismo ao consumirem bebidas, alimentação, combustíveis, alguns com hospedagens nos hotéis e consumo nos restaurantes da cidade, além dos itens necessários para a prática esportiva como iscas e petrechos.

De acordo com os dados da Marinha, calculamos a média de 20 viagens para cada barco hotel que comercializou pacotes de cruzeiro fluvial, durante a temporada de pesca 2013, salvo os empreendimentos que tiveram um quantitativo maior de viagens, comprovadas pelo número de despachos expedidos à Marinha.

Com relação aos barcos-hotéis que estão na categoria *Esporte, Recreio e Lazer*, estipulamos através de entrevistas com alguns proprietários de barcos e de marinas privadas, um número mínimo de cruzeiros realizados durante a temporada, 10 viagens, o qual fundamentou o quantitativo inicial para definição da amostra de pesquisa. Entretanto, considerando que a maioria dos barcos é de propriedade de grupos de amigos, os quais determinam o período que cada associado poderá utilizar, e ainda considerando que alguns empreendimentos comerciais realizaram até 38 cruzeiros fluviais durante a temporada é correto projetar que as 18 embarcações particulares consideradas podem realizar até 20 cruzeiros com seus proprietários, se não mais, logo, o fluxo de turistas no segmento de pesca esportiva embarcada possivelmente alcançou 18.922 visitantes, somente nos cruzeiros fluviais.



Trata-se de um crescimento de 14,8% de turistas praticantes da pesca esportiva, considerando a participação de embarcações aptas a realizar cruzeiros fluviais sem fins lucrativos, conforme o respectivo cadastro na Marinha do Brasil, ao considerar um número maior de cruzeiros.

## 4. Turismo de Pesca Esportiva – Área Rural

Como mencionado, Corumbá apresenta uma condição propícia para o amante da pesca esportiva, por ofertar experiências singulares dentro do mesmo segmento. Já fora apresentado o balanço da pesca embarcada, a qual se atribui os cruzeiros fluviais, sendo este um dos maiores atrativos no segmento.

Entretanto em Corumbá o turista pode praticar a pesca esportiva na área rural, a qual conta com uma infraestrutura de qualidade, para melhor receber o visitante. Neste cenário, consideramos estes visitantes como os demandantes da pesca desembarcada, mesmo que estes turistas utilizem de pequenos barcos para pescar, durante sua estadia, entretanto consideramos o termo desembarcado, pois o mesmo realiza o pernoite nas pousadas, diferente dos turistas embarcados que, em sua maioria, permanecem nos cruzeiros fluviais durante toda a estadia na cidade. Esta área é dividida em pólos turísticos, sendo:

- Pólo turístico de Albuquerque;
- Pólo turístico Porto Morrinho;
- Pólo turístico Porto da Manga, e
- Pólo turístico Passo do Lontra

Os pólos descritos acima correspondem às regiões onde se desenvolve a atividade de pesca esportiva aos turistas, oferecendo hotéis e pousadas, alimentação e apoio ao pescador às margens dos rios Paraguai e Miranda, além dos seus afluentes.

O pólo turístico de Albuquerque está situado a aproximadamente 60 km do centro urbano de Corumbá e conta, atualmente, com 12 pousadas e 121 unidades habitacionais, disponibilizando vários patamares de preços aos turistas.

O pólo turístico Porto Morrinho oferece instalações de 5 empreendimentos que contam com 88 unidades habitacionais, desde os ranchos mais simples, aos hotéis que oferecem infraestrutura de conforto àqueles que buscam descanso, inclusive para suas famílias.

Os pólos turísticos Porto da Manga e Passo do Lontra estão localizados na Estrada Parque Pantanal, cujo acesso está à menos de 13 km do centro urbano de Corumbá e oferece aos turistas, não somente uma infraestrutura de qualidade com 76 unidades habitacionais em 5 empreendimentos, considerando os que oferecem pacotes de pesca, mas também o turismo contemplativo reconhecido dessa área, propiciando ao visitantes e seus acompanhantes, todas as belezas naturais do bioma Pantanal.

Por meio de entrevistas com alguns empresários dos pólos turísticos, bem como do fornecimento de dados estratégicos, desenvolvemos projeções muito próximas do real quantitativo de turistas que estiveram em Corumbá, nos pólos turísticos rurais, inclusive da movimentação econômica.

As questões levantadas foram:

- Taxa de ocupação média do empreendimento;
- Gasto médio individual do turista;
- Meio de transporte utilizado;
- Tempo médio de permanência.

Em posse destes dados, projetamos a demanda pelo turismo de pesca na temporada 2013, correspondente a 22 empreendimentos que comercializam pacotes de pesca, conforme visualização abaixo.

### 4.1. Pólo Turístico Albuquerque

| **Estimativa de demanda - Albuquerque (Temporada de Pesca 2013)** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Total de Unidades Habitacionais*Tx de ocupação média | N de pousadas consideradas | Total de pousadas do Pólo | Gasto Ind. Estimado | Estimativa Mov. Gerada |
| 11.894 | 10 | 12 | R$ 1.456,75 | R$ 17.327.167,20 |

As entrevistas foram articuladas por um dos empresários do pólo turístico, proprietário de uma Central de Reservas, o qual auxiliou a análise técnica ao reunir todas as informações de 10 empreendimentos, conforme consta na tabela acima, servindo de base para projetarmos a demanda nos 12 empreendimentos existentes, durante os 8 meses da temporada de pesca, através da taxa de ocupação média relatada e do gasto médio individual, cuja permanência está entre 4 e 5 dias.

Quanto ao meio de transporte utilizado, por se tratar de uma região um pouco afastada do centro urbano de Corumbá, quase a totalidade dos turistas utilizam o acesso rodoviário desde sua origem, com veículos próprios ou mesmo através de ônibus de turismo, onde casos em que o turistas utiliza o transporte aéreo é ínfimo, haja vista que as pousadas ainda não oferecem *transfer* do aeroporto ao pólo turístico.

O pólo turístico Albuquerque, considerando a atividade de pesca, reúne o maior quantitativo de turistas de pesca esportiva da área rural, conforme estimativa realizada. Tal fato é notório, visto a quantidade de empreendimentos comerciais, superior a dos outros pólos somados.

4.2. Pólo Turístico Porto Morrinho

| Estimativa de demanda - Porto Morrinho (Temporada de Pesca 2013) | | | |
|---|---|---|---|
| Total de Unidades Habitacionais*Tx de ocupação média | Total de pousadas do Pólo | Gasto Ind. Estimado | Estimativa Mov. Gerada |
| 7392 | 5 | R$ 1.810,00 | R$ 13.379.520,00 |

A projeção realizada para o Pólo Turístico Porto Morrinho obedeceu às mesmas regras estabelecidas para o Pólo de Albuquerque, considerando uma Taxa de ocupação média de 35%. Em um primeiro momento pode-se crer que a taxa considerada é baixa, entretanto o turismo de pesca, consolidado em nossa região, oscila conforme uma conjuntura, que envolvem variáveis como a economia do país e a condição do Pantanal para a prática da pesca esportiva, o que provoca grandes diferenças na taxa de ocupação de um mês para outro, entretanto, no final da temporada é comum encontrar todas as pousadas com 100% de ocupação.

Com relação ao gasto médio individual, este foi estabelecido com base na média entre os pacotes de 2 à 5 dias, considerando 2 empreendimentos, um de grande porte e outro de maior simplicidade, obtendo um valor médio diário que ainda não contempla os gastos extraordinários realizados por cada pescador, como bebidas por exemplo, portanto, estima-se que o gasto seja ainda superior.

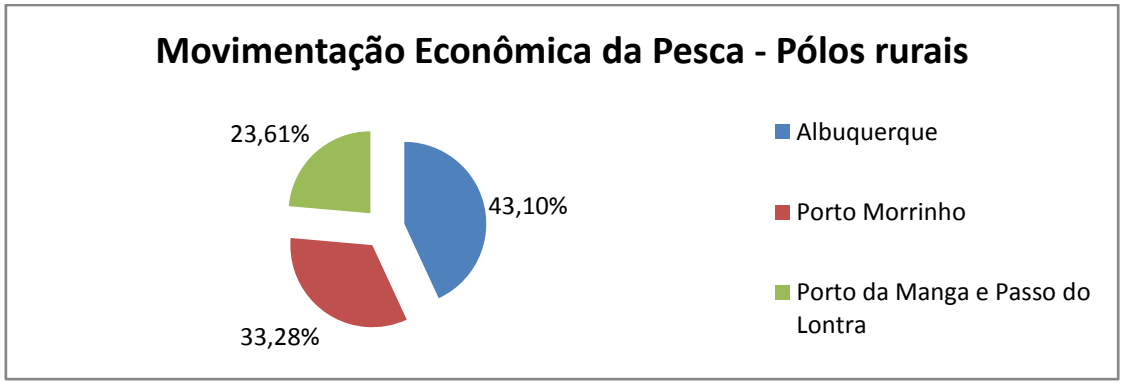
4.3. Pólos Turísticos Porto da Manga e Passo do Lontra – EPP

| Estimativa de demanda - EPP (Temporada de Pesca 2013) | | | |
|---|---|---|---|
| Total de Unidades Habitacionais*Tx de ocupação média | Total de pousadas do Pólo | Gasto Ind. Estimado | Estimativa Mov. Gerada |
| 6384 | 5 | R$ 1.486,75 | R$ 9.491.412,00 |

Os Pólos Turísticos situados na Estrada Parque Pantanal, considerando somente os empreendimentos que comercializam pacotes de pesca aos visitantes, assim como os outros Pólos supracitados, também trabalham com a permanência média de 4 a 5 dias, onde o gasto médio estimado corresponde a todo o período que o turista permanece no empreendimento, considerando os pacotes mais simples, onde o turista se responsabiliza pela própria alimentação, e os pacotes que fornecem a pensão completa, com 3 refeições diárias, inclusos o custo com barco, motor e guia de pesca. Contudo, vale ressaltar que este valor não está estimando o custo com bebidas e lanches que o pescador poderá consumir.

Ao analisarmos a atividade de pesca nos Pólos Turísticos rurais, verificamos um quantitativo aproximado de 25.670 turistas que praticaram a pesca esportiva desembarcada nas pousadas do Pantanal.

Esta demanda, considerando somente os Pólos analisados, responde por uma movimentação econômica de aproximadamente R$ 40.198.099,20, onde a participação monetária de cada Pólo corresponde a:




## 5. Impacto Econômico do Turismo de Pesca em Corumbá

A pesquisa realizada pela Fundação de Turismo do Pantanal, por meio do Observatório, subsidiou a estimativa econômica gerada pelo fluxo de turistas que visitaram a cidade de Corumbá, tendo o turismo como principal finalidade de viagem, onde a pesca fora o principal produto da oferta turística consumida.

Visando demonstrar a representatividade deste segmento na economia local, abaixo seguem alguns cálculos que refletem o fluxo monetário da atividade, tanto dos turistas que estiveram nos cruzeiros fluviais quanto daqueles que praticaram a pesca esportiva nas pousadas, considerando os Pólos Turísticos Rurais.

| **Estimativa de Fluxo Econômico gerado – Temporada de Pesca 2013** | | | |
|---|---|---|---|
| Total de turistas | | Valor médio de gastos por turista | Total de gastos realizados – turistas embarcados |
| Embarcados | 16.482 | R$ 3.601,12[7] | R$ 59.353.659,84 |
| Desembarcados | 25.670 | R$ 1.584,50 | R$ 40.198.099,20[8] |
| Total do fluxo econômico estimado pelo segmento de pesca em 2013 | | | R$ 99.551.759,04 |

O valor estimado, acima de R$ 99 milhões durante os meses da temporada de pesca do ano de 2013, na zona urbana e rural de Corumbá, reflete a grande relevância do segmento na geração de emprego e renda para o crescimento econômico de Corumbá, de forma direta e indireta, haja vista que no fluxo econômico, um valor gasto incorre em um investimento, através dos empreendimentos da cadeia produtiva, que repercuti em todo o sistema, através das aquisições realizadas, o que chamamos na economia de efeito multiplicador, preconizado por John Maynard Keynes, fundamentada pela propensão marginal a consumir dos demandantes, sejam estes consumidores finais ou empresas adquirentes.

[7] Valor estimado pela soma dos gastos realizados pelos turistas, nas variáveis elencadas, adicionadas ao valor do pacote de R$ 3.200,00, divididos pelo total de turistas embarcados.
[8] Valor correspondente a soma das estimativas individuais de cada pólo, de acordo com o gasto médio individual identificado através de pesquisas na internet sobre os tarifários, realizado no dia 10/01/2014 em diversos sites.

## 6. Participação Econômico-Social do Turismo de Pesca Esportiva – Cruzeiros Fluviais

A pesquisa realizada pela Fundação de Turismo do Pantanal, bem como a análise dos dados acima descritos, foram cuidadosamente manuseados para repassar, de forma honesta e imparcial, a relevância do segmento da pesca esportiva para o turismo de Corumbá, bem como o fluxo monetário originado pelos cruzeiros fluviais.

Entretanto, tão importante quanto à análise que traçou o perfil do turista no referido segmento, a visualização numérica correspondente à participação do segmento na sociedade local é fundamental e estratégica. Tal participação envolve aspectos econômicos e sociais, retratados por uma variável crucial, o emprego.

A geração de empregos é mola propulsora de crescimento econômico e inclusão social para uma cidade, haja vista que possibilita a aquisição de bens e serviços para o trabalhador e sua família, gerando condições de vida para os envolvidos, além de potencializar a empregabilidade em diversos setores, indiretamente.

O segmento de pesca esportiva, neste caso considerando os cruzeiros fluviais, desempenha um papel expressivo para os Corumbaenses por gerar emprego e renda, visto que, através de entrevistas com os empresários do setor, as vagas de emprego são ocupadas, em sua totalidade, pela população local que, considerando a função de *guia de pesca*[9], por exemplo, muitas vezes são de homens que não tem estudo, portanto, apresentam algumas limitações para a obtenção de empregos formais em outros segmentos, e neste caso desempenham um trabalho que corresponde ao modo de vida destes profissionais, por serem ribeirinhos[10], relacionando concomitantemente o aspecto social ao econômico.

Foram realizadas entrevistas com 6 empresas do segmento, que relataram o quantitativo de funcionários durante a temporada de pesca, inclusive nos escritórios das agências de viagens, bem como a remuneração média, subsidiando uma projeção crível da geração de emprego pelas empresas do setor, ilustrada na tabela abaixo.

| **Participação Econômica do Turismo de Pesca Esportiva – Cruzeiros Fluviais** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Número de empresas consideradas | Total de colaboradores envolvidos | Remuneração média individual | Montante injetado mensalmente | Montante injetado na temporada |
| 30 | 551 | R$ 1.700,00 | R$ 936.700,00 | R$ 7.493.600,00[11] |

[9] A função de guia de pesca, também conhecido como piloteiro, refere-se ao profissional que pilota as pequenas embarcações, levando os pescadores pelas águas do Rio Paraguai, buscando os melhores pontos para a pesca esportiva.

[10] População que reside às margens do Rio Paraguai e comumente sobrevivem da pesca, da comercialização de iscas ou outras atividades ligadas ao rio.

[11] Valor baseado na duração da temporada de pesca, 8 meses, de março a outubro, entretanto alguns cruzeiros já operam no mês de fevereiro, mês que está autorizado o *pesque e solte*, portanto, o fomento econômico neste sentido pode começar mais cedo.

O número de empresas consideradas corresponde aos cruzeiros fluviais que comercializam pacotes para a pesca esportiva e que estão cadastradas, segundo a Capitania Fluvial do Pantanal, como transportadores de passageiros, modalidade que difere do Esporte, Recreio e Lazer[12], a qual se refere às embarcações privadas sem fins comerciais.

Verifica-se que, mensalmente, as empresas consideradas injetam um montante expressivo na economia corumbaense através da geração de mais de 550 empregos diretos, gerando uma renda de quase R$ 1 milhão para as famílias dos colaboradores.

Vale ressaltar que estes colaboradores diretamente ligados ao turismo de pesca, são consumidores e demandam produtos e serviços, principalmente na cidade, colaborando com o comércio local e garantindo, com sua participação, a manutenção do emprego em outros setores da economia.

Visando ainda traduzir o vulto da geração de emprego na cidade, em relação ao segmento analisado, por meio das informações estatísticas disponíveis no CAGED[13] para o setor de serviços como um todo, em comparação com o número de vagas ocupadas no segmento de cruzeiros fluviais em Corumbá, verificou-se que este tem uma participação de 11,2%.

| Empresas no setor de serviços (A) | Empregos formais no setor (B) | Empresas que operam cruzeiros fluviais (C) | Empregos gerados no segmento (D) | Participação de C em A | Participação de D em B |
|---|---|---|---|---|---|
| 1.084 | 4.921 | 30 | 551 | 2,76% | 11,20% |

Elaboração própria com dados do CAGED, Portal do Ministério do Trabalho[14].

Isto significa que, considerando todo o setor de prestação de serviço, que envolvem 1084 empresas em Corumbá, segundo o Ministério do Trabalho, somente as 30 empresas, que representam 2,76% do total de empreendimentos no setor de serviços, empregam mais de 11% do total da mão de obra absorvida pelo setor.

Em síntese, o trabalho desenvolvido pela Fundação de Turismo do Pantanal, através desta análise, comprometeu-se em retratar de maneira clara e objetiva, por meio de dados coletados e entrevistas realizadas, a participação e relevância do segmento de pesca esportiva para o turismo e o desenvolvimento econômico de Corumbá, que colabora diretamente nos aspectos econômico e social, conforme descrito acima, logo, deve ser visto e considerado como uma atividade positiva para a cidade e seus residentes.

[12] As embarcações cadastradas na Marinha do Brasil como Esporte, Recreio e Lazer são proibidas de comercializar os cruzeiros fluviais, sendo que para esta pratica é obrigatório o cadastro como Transporte de Passageiros, implicando em adequações exigidas pela Marinha do Brasil, visando segurança para os embarcados.

[13] Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Número de empregos formais gerados na data base 1 de Janeiro de 2013. Disponível em http://portal.mte.gov.br/caged/

[14] Idem

## 7. Perspectivas

O setor turístico no mundo superou as perspectivas de crescimento, com relação ao ano de 2012, alcançando um crescimento de 5% de turistas em 2013. Este percentual reflete um grande resultado considerando a conjuntura econômica mundial, principalmente dos países desenvolvidos, os quais apresentaram retração econômica nos últimos anos.

O turismo vem sendo um dos poucos setores a apresentar resultados satisfatórios em muitas economias, conforme relatou o Secretario Geral da OMT, Taleb Rifai, o qual também ponderou sobre a flexibilidade do setor em se adaptar as variações de mercado.[15]

A nível de Brasil, segundo o Ministro Gastão Vieira, o turismo vem apresentando desempenho positivo, com crescimento de 5% em 2012 e de 6% em 2013[16]. Estes números reforçam a condição do País de grande receptor de visitantes, sendo que para 2014 as perspectivas são muito otimistas com a realização da Copa do Mundo da FIFA, evento que irá atrair cerca de 600 mil turistas estrangeiros, segundo estimativa do Ministério do Turismo, além de estimular o fluxo de mais de 3 milhões de brasileiros.

Estes dados são estratégicos, pois irá colocar o Brasil e seus destinos turísticos em evidência e, somados aos investimentos que estão sendo realizados em todo o país pela iniciativa pública, através das reformas nos aeroportos e da qualificação da mão de obra do setor, por exemplo, além da iniciativa privada que investe na ampliação dos meios de hospedagem e da maximização qualitativa dos serviços prestados aos turistas, farão com que o país encante seus visitantes e potencialize o retorno destes.

Não podemos deixar de ressaltar o arrefecimento da política econômica monetária do Brasil, com a aplicação de alguns instrumentos de ordem recessiva na economia brasileira, como o controle da inflação por meio da taxa selic[17] que encarece os meios de financiamento e tendem a reduzir o crédito.

Contudo, considerando ainda que os gastos estimados no setor turístico brasileiro superem R$ 22 bilhões em 2014, 38,5% maior que em 2012[18], há de se considerar que com uma melhora no faturamento as empresas tendem a investir ainda mais, tanto em manutenção quanto em ampliação, haja vista que já se prevê o fomento em 2016, com as Olimpíadas.

Em Corumbá as perspectivas seguem otimistas para os próximos anos, haja vista que por ser um dos *65 destinos indutores do desenvolvimento turístico*, e reconhecido como Pólo da região centro-oeste pelo referido estudo encomendado pelo Ministério do Turismo à Fundação Getúlio Vargas, a cidade apresenta um grande potencial na

[15] Ver em http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-ae

[16] Ver em http://www.embarquenaviagem.com/2013/12/30/2014-previsoes-e-tendencias-por-gastao-vieira-ministro-turismo/

[17] Sistema Especial de Liquidação e de Custódia: Taxa de juro referencial da economia Brasileira.

[18] Ver em http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2014-01-01/turistas-estrangeiros-devem-injetar-us-92-bilhoes-na-economia-brasileira-em-2014

atração dos visitantes por oferecer uma gama de opções para o turista, desde o já consolidado turismo de pesca esportiva, ao cada vez mais demandado ecoturismo.

Na capital do Pantanal, a Fundação de Turismo vem trabalhando pelo desenvolvimento do setor na cidade, inclusive dos Pólos Turísticos rurais, pesquisando e analisando cada segmento da oferta turística com intuito de evidenciar cada um, subsidiando incentivos e investimentos.

Através da Pesquisa de demanda e movimentação econômica do turismo de pesca esportiva, realizada em 2013 pela equipe do Observatório do Turismo da FundTur/Pantanal, obtivemos alguns dados que embasa uma estimativa de crescimento no fluxo turístico do segmento.

Com a afirmativa de retorno de 96,86% dos turistas que foram entrevistados durante o período da pesquisa, cerca de 15.964 dos pescadores que demandaram os cruzeiros fluviais, além da alta taxa de recomendação do destino, 99,1% e da taxa de novos visitantes no ano de 2013, cerca de 28% dos entrevistados, podemos estimar um incremento de visitantes para os próximos anos.

Havendo o estímulo para visitar o destino através da recomendação de aproximadamente 16.300 turistas e ainda considerando a taxa de novos visitantes, logo, que 28% destes efetivamente venham à Corumbá, cerca de 4.600 novos pescadores esportivos, somados ao quantitativo de respondentes ao retorno, estima-se um crescimento de 24% para os próximos dois anos. Isso porque o ano de 2014 irá absorver uma grande parcela de turistas para as cidades que sediarão os jogos da copa do mundo, comprometendo o planejamento financeiro de algumas famílias.

Entretanto não podemos deixar de ressaltar a alta taxa de fidelidade do turismo de pesca esportiva, comprovado pelos quase 73% dos demandantes dos cruzeiros fluviais, serem recorrentes ao destino. Portanto, mesmo que durante o ano corrente o segmento tenha uma redução na estimativa de crescimento de novos pescadores esportivos, as projeções para o biênio são muito otimistas e servem de estímulo para o *trade turístico* de Corumbá, visando maximizar a qualidade no atendimento ao turista.

**ANEXO**