



Método da correlação de variáveis para a previsão da demanda turística: uma aplicação visando o planejamento do desenvolvimento turístico em uma região sul brasileira

Correlation of variable method to touristic demand prevision: an application to aiming at planning touristic development in south Brazilian region

Método de correlación de variables para la predicción de la demanda turística: una aplicación para la planificación del desarrollo del turismo ubicada en una de las regiones del sur de Brasil

Jose Elmar Feger < joseelmar.feger@unoesc.edu.br >

Doutor em Desenvolvimento Regional, Professor do Mestrado Profissional em Administração (em elaboração) da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, SC, Brasil.

Luciana Davi Traverso Nodari < luciana.nodari@unoesc.edu.br >

Doutora em Administração, Professora do Mestrado Profissional em Administração (em elaboração) da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, SC, Brasil.

Fabio Lazzarotti < fabio.lazzarotti@unoesc.edu.br >

Doutorando em Administração, Professor da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, SC, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 21-set-2010

Aceite: 07-jul-2011

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FEGER, J. E.; NODARI, L. D. T.; LANZZAROTTI, F.; Método da correlação de variáveis para a previsão da demanda turística: uma aplicação visando o planejamento do desenvolvimento turístico em uma região sul brasileira. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.294-307, dez. 2011.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: O planejamento é uma ferramenta essencial para o direcionamento de ações em qualquer organização. Para se analisar e tomar decisões em um arranjo produtivo, considerando-o como um sistema, uma das variáveis importantes é a demanda. A temática do estudo aqui apresentado refere-se à condição de se fazer previsões de demanda quando não se dispõe de dados estatísticos consolidados. A alternativa apresentada é o método de correlação de variáveis, que se vale do método estatístico comparativo, utilizando como referência um sistema turístico, do qual se conheça os dados. O objetivo foi aplicar a metodologia a um caso concreto, analisando sua utilidade para o planejamento turístico, como também, criar um índice de atratividade que possa ser incorporado às fórmulas econométricas, para maior precisão em futuras análises. Duas questões orientaram o estudo: qual o potencial de crescimento da demanda turística da Região A? Qual o seu índice de atratividade? A metodologia seguiu uma abordagem descritiva e de corte transversal sendo delineada como um estudo de caso. Chegou-se a um possível crescimento da demanda de 3,8% e a um índice de atratividade de 0,95. Trata-se de um indicador preliminar e limitado, torna-se importante, entretanto, em fases iniciais de processos de planejamento..

Palavras-chave: Turismo; Demanda turística; Planejamento do turismo; Método da correlação de variáveis.

Abstract: Planning is an essential tool to delineate an action in any organization. To analyze and to decision-making in a productive arrangement, when it's considered as a system, one of the important variables is its demand. The thematic of the study presented here concerns about a demand prevision making when statistic data base isn't available. The alternative presented is a correlation variables method, which uses comparative statistic method, utilizing one touristic system that knows data with reference. The aim was to apply the methodology in a real case, analyzing its utility for a touristic planning and to create one attractive index that can be incorporated to econometric formula, for more precision on future analysis. Two questions oriented the study: how bigger can a touristic region "A" be? What is its attractive index? The methodology followed a descriptive approach, with transversal cut, delineated as case study. As result it was identified possible demand increasing at 3,8%, with 0,95 attractive index. It's a preliminary and limited indicator; however, it becomes important if used in initial steps of planning process.

Keywords: Tourism; Demand touristic; Tourism planning; Correlation of variable method.

Resumen: El planeamiento es una herramienta esencial para la focalización de acciones en cualquier organización. Para analizar y tomar decisiones en una aglomeración productiva, considerándola como un sistema, una de las variables importantes es la demanda. El tema del estudio presentado aquí se refiere a la condición de elaborar el pronóstico de la demanda cuando no hay datos estadísticos consolidados sobre el turismo ubicado en una región. La alternativa presentada es el método de correlación de variables, que se utiliza del o método estadístico comparativo, tomando como referencia un sistema turístico, del cual los datos son conocidos. El objetivo de la investigación fue aplicar la metodología para un caso particular, analizando su utilidad para el planeamiento turístico, así como, crear un índice de atracción con la finalidad de incorporarlo en fórmulas econométricas, para mayor precisión en futuras análisis. Dos cuestiones guiaron el estudio: ¿Cuál el potencial de crecimiento de la demanda turística en la región? ¿Cuál es su índice de atracción? La metodología utilizada encuadrarse en un enfoque descriptivo y recorte transversal se caracteriza como un caso de estudio. Como resultado de la investigación fue calculado un posible crecimiento de la demanda para la región de 3,8% y un índice del atracción de 0,95. A pesar de ser un indicador limitado, es importante, por estar en las primeras etapas de los procesos de planificación del turismo.

Palavras clave: Turismo; Demanda turística; Planificación turística; Método de correlación de variables.

Introdução

O turismo entendido como alternativa ao desenvolvimento sócio econômico assume cada vez mais relevância na sociedade atual (OLIVEIRA, 2001). No caso brasileiro, sofre forte influência de políticas públicas, como o Programa Nacional de Municipalização do Turismo em meados da década passada e, atualmente, com o incentivo à regionalização (BRASIL, 2004). O turismo contribui para o desenvolvimento de uma região através da possibilidade de geração de renda, de empregos, da melhoria da qualidade de vida da sociedade em que se instala, como demonstram Boullón (2002), Oliveira (2001), Petrocchi (2001), Beni (1998). Por outro lado, um crescimento desmedido pode causar sérios problemas ambientais e sociais, levando a necessidade de se incorrer em vultosos investimentos, a fim de recuperar a atratividade de um destino. A esse respeito, Petrocchi (2001) alude aos prejuízos ocorridos em razão das deficiências de planejamento do turismo na Flórida, onde uma faixa de areia de 16 quilômetros necessitou ser refeita devido ao crescimento incontrolado das construções no local. Não é o objetivo aqui, aprofundar as questões sistêmicas do turismo, mas chamar a atenção para os limites impostos principalmente pela natureza na utilização dos espaços para a produção do serviço turístico sem um adequado planejamento.

A problemática que se pretende explorar nesse trabalho é, em essência, a capacidade de se fazer previsões de crescimento do setor, pois, é através dessa condição que os planejadores poderão definir as estratégias de incentivo à ampliação da oferta de infraestrutura (básica ou turística), avaliar a viabilidade de se aumentar ou diminuir a intensidade de comunicação do destino, bem como, estabelecer as metas a serem atingidas pela sociedade com a exploração do turismo. Ocorre que, em grande parte dos destinos turísticos brasileiros, mesmo alguns em consolidação, não existem dados estatísticos consistentes que possibilitem uma previsão adequada do crescimento do setor, a fim de subsidiar essas decisões. Quando muito, se consegue uma estimativa a qual muitas vezes carece ser utilizada com reservas devido a metodologia nem sempre adequada para tais previsões. Diante disso, justifica-se explorar na presente investigação opções metodológicas que permitam prever o crescimento da demanda quando inexitem informações sistematizadas sobre a evolução do turismo em determinado local.

Existem cálculos estatísticos que proporcionam analisar a possibilidade de recepção de turistas de um determinado local de origem, exigindo como dado o número de turistas oriundos dele. Porém o seu uso fica limitado, em áreas carentes de um controle estatístico preciso. Para análises nacionais, ou estaduais, pode-se dispor no Brasil de dados fornecidos pela Embratur, nos seus anuários estatísticos, mas que alternativa há em zonas turísticas localizadas no interior dos estados, para as quais os dados não foram estratificados? Essa necessidade levou a busca por alternativas metodológicas, chegando-se a cálculos econométricos que possibilitam a previsão de fluxos de origem, a partir dos métodos gravitacionais, porém, não conseguiam auxiliar com pistas que indicassem a possibilidade de crescimento do fluxo turístico já existente, dentre outras razões, porque algumas das fórmulas exigiam a determinação de um coeficiente de atratividade da região, também inexistente. Chegou-se então ao método da correlação de variáveis adaptado por Petrocchi (2001) a partir do método estatístico comparativo utilizado nos estudos de planejamento do turismo do Espírito Santo em 1998.

O objetivo central do trabalho, então, foi aplicar a metodologia da correlação de variáveis a um caso real a fim de se avaliar a pertinência e utilidade dos dados obtidos como subsídios para a previsão de demanda turística. Especificamente, buscou-se aprofundar conhecimentos e compreender

a metodologia; contribuir com um caso prático que apresente uma alternativa útil à previsão de mercados, mesmo que limitada, aos planejadores turísticos; calcular um coeficiente de atratividade do destino turístico em estudo, para subsidiar estudos com métodos estatísticos que possibilitem maior precisão nos dados.

O estudo aqui apresentado corresponde a um recorte de uma investigação mais ampla, que envolveu a análise de cenários de uma região localizada no sul do Brasil, visando o planejamento do seu desenvolvimento. Por questões éticas, em função da solicitação das entidades envolvidas, não se fará aqui nenhuma referência que possa identificá-la, doravante será denominada somente como Região A. A referida região é composta por sete municípios, dos quais três já possuem fluxo turístico, porém não contam com dados estatísticos consistentes. A inclusão dos outros quatro municípios deve-se aos empreendedores do setor turístico e lideranças municipais, juntamente com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, estarem engajados na implementação de um projeto para a estruturação de um arranjo produtivo local de turismo. Visto que os referidos municípios contam com atrativos turísticos suficientes e com hierarquia adequada para complementar à oferta de produtos turísticos regionais eles foram contemplados na área de abrangência da pesquisa.

Várias indagações emergiram no andamento do processo de análise, por exemplo, qual o potencial de crescimento da demanda turística do arranjo produtivo local em fase de planejamento? Qual o local de origem dos visitantes? Que potencial existe nos locais de origem identificados? Qual a capacidade de atração do destino turístico em análise? Ao longo das discussões concluiu-se que duas questões deveriam ser priorizadas, para se iniciar o trabalho de planejamento. A primeira foi encontrar uma possível previsão de demanda efetiva, ou seja, que já ocorre na região, o que foi facilmente obtida através da taxa de ocupação dos hotéis e do número de leitos disponíveis, porém, ficou ainda a necessidade de previsão de demanda futura. A segunda foi encontrar um coeficiente de atratividade que permitisse utilizar métodos estatísticos mais precisos no futuro. Então, as questões que orientaram o presente trabalho foram: qual o potencial de crescimento da demanda turística da região A? Qual o seu coeficiente de atratividade?

Os resultados da investigação serão apresentados nesse artigo, o qual se encontra dividido em quatro partes, além desta introdução: Na primeira, faz-se um breve marco teórico contendo os conceitos que nortearam o presente trabalho, bem como uma explicação detalhada do método de correlação de variáveis utilizado no estudo. Na segunda, aborda-se a metodologia empregada para a realização da investigação. Na terceira, apresentam-se os dados primários colhidos, bem como, contempla-se a sua análise. Finalmente, na quarta parte, tecem-se as considerações finais.

Turismo e previsão de mercado

O debate sobre a conceituação do turismo está longe de chegar a termo. Optou-se para esse trabalho aceitar que “o turismo compreende as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente usual por não mais de um ano consecutivo por motivos de lazer, negócios e outros” (OMT, 1992 apud MIDDLETON, 2002, p. 9). Essa definição engloba os três principais elementos de viagem e turismo, que são: as atividades do visitante se relacionam apenas a aspectos da vida fora das rotinas normais de trabalho e compromissos sociais, os quais devem ocorrer em locais diversos dos de tais rotinas; a atividade implica em viagem e utilização de meios de transporte; os

destinos específicos necessitam de uma gama de atividades e instalações para dar suporte a elas. Essas instalações e atividades envolvem uma combinação de impactos no meio social e ambiental do destino suscitando a necessidade de gerenciamento (MIDDLETON, 2002).

As atividades geradas em torno das viagens feitas para aproveitar o tempo livre, formam uma trama de relações que caracterizam o seu funcionamento as quais se constituem num sistema (BOULLÓN, 2002). Assim, o turismo corresponde a um sistema aberto, composto por cinco elementos que interagem num amplo meio ambiente. Os elementos que compõem o referido sistema são: um dinâmico, o turista; três geográficos: a região de origem, os caminhos por onde transita o turista e a região de destino; e um elemento econômico, a indústria turística (LEIPER, 1979 apud ACERENZA, 1991). Como explica Boullón (2002) não existe uma única versão explicativa para o sistema turístico, o que não implica haver muitos sistemas, mas apenas um com várias facetas. Um modelo conhecido como de oferta-demanda é apresentado pelo autor o qual é composto pela estrutura de produção do setor (atrativos turísticos, equipamentos e instalações, infra-estrutura) os quais combinados na medida em que satisfazem o consumo de atividades turísticas se constituem no produto, e que, são considerados oferta turística quando são efetivamente postos no mercado através das atividades de comunicação e venda. A demanda ocorre quando os serviços ofertados são solicitados efetivamente pelos consumidores (turistas). Um quinto elemento corresponde ao que o autor denomina superestrutura cuja função é controlar a eficiência do sistema, fiscalizando seu funcionamento e a inter-relação entre as partes (poder público e associações de turismo). Beni (1998) e Petrocchi (2001) partilham dessa perspectiva, ponderando que atualmente não se concebe planejar o turismo sem uma análise sistêmica.

Com base no aludido pelos autores, depreende-se que o sistema turístico se estrutura a partir da possibilidade de atender as necessidades dos clientes e o seu desenvolvimento, como atividade econômica, decorre do número de visitantes que recebe ou potencialmente pode receber. Como limitante ao crescimento do setor, além do tamanho do mercado potencial, a capacidade de carga do ambiente, deve ser levada em conta na definição do porte dos equipamentos que podem ser instalados no destino turístico (RUSCHMANN, 1999). De qualquer forma, torna-se primordial estimar a possibilidade de crescimento do mercado para poder através do planejamento equilibrar a oferta com a demanda a fim de tornar os investimentos viáveis.

Conhecer o mais detalhadamente possível a demanda (o que, como, quando e quanto gasta) é fundamental para o planejamento turístico (PETROCCHI, 2001). Infelizmente, no Brasil, e ao que parece também na América Latina, pelo que se depreende da reflexão de Boullón (2002), os dados existentes são mais ou menos exatos, com registros globais sobre o turismo internacional e estimativo do turismo doméstico, não indo além do número total de turistas. Segundo o autor o ideal seria ter um detalhamento melhor dos gastos dos turistas nos diversos destinos turísticos de um país e que esses correspondessem ao período de um ano, não ficando restritos ao período de alta temporada. Para superar esses problemas, é que Petrocchi (2001) propõe a utilização do método da correlação de variáveis, o qual será descrito sucintamente na seqüência.

Trata-se de um método simples, em que se toma por base um sistema conhecido (do qual se dispõe de dados confiáveis) e através da indicação de vantagem ou desvantagem do sistema em estudo, estima-se o seu crescimento. Torna-se mais fácil a compreensão através de um exemplo. Supondo-se que se adote como base um sistema turístico que cresceu seis por cento ao ano nos últimos cinco anos e cujo fator de correlação seja de 1,2, ou seja, indicou vantagem para o sistema estudado, e que,

esse sistema possua um número estimado de turistas recebido de 85.000 pessoas, procede-se da seguinte forma: multiplica-se o fator de correlação (1,2) pelo percentual de crescimento da demanda do sistema base (6%), chegando-se a um percentual de 7,2%. Esse percentual é multiplicado pelo número de turistas recebido pelo sistema estudado ($85.000 \times 7,2\% = 6.120$) estimando-se o número de turistas para o período seguinte, no caso 91.120 turistas ($85.000 + 6.120$) (PETROCCHI, 2001). A utilização dos dados é relativamente simples, porém é preciso chegar ao fator de correlação.

A determinação do fator de correlação é feita a partir de uma análise de sensibilidade sobre um conjunto de variáveis do sistema turístico, e para isso, dois aspectos são importantes: a escolha das variáveis que devem ser relevantes para o desempenho de um dado sistema turístico e, ao mesmo tempo, permitir uma análise ampla e comparativa com outro sistema de referência; e os técnicos participantes, que devem ter diferentes formações, porém, ter experiência nas complexas inter-relações do turismo (PETROCCHI, 2001). Para cada uma das variáveis escolhidas os especialistas devem ponderar entre os dois sistemas, sempre definindo um posicionamento para o sistema estudado de desvantagem, neutralidade ou vantagem. Cada um dos participantes faz uma análise individual, indicando o peso para cada uma das variáveis, os quais depois são somados aos atribuídos pelos demais, calculando-se então uma média simples. A atribuição de valores que cada um dos avaliadores utilizará, para cada uma das variáveis são os seguintes: $X = 1$ não há diferença entre o sistema estudado e o de referência; $X > 1$ valoração positiva para o sistema estudado; $0 < X < 1$ valoração negativa para o sistema estudado. O fator de correlação, por sua vez, corresponde a média aritmética simples das médias auferidas em cada uma das variáveis.

As variáveis sugeridas por Petrocchi (2001) são: a) PIB diferencial, pois, a renda influencia a capacidade de emissão de turistas. Nesse caso, os analistas verificam as diferenças entre o PIB do sistema em análise e os PIBs dos seus principais mercados emissores, sendo a melhor situação quando os mercados possuem PIB per capita superior; b) Geografia, que trata da comparação entre os recursos geográficos dos sistemas em análise, como localização, distâncias, populações, acessibilidade, relevo, clima, dentre outras; c) Concorrência, nesse quesito os especialistas devem verificar as distâncias dos principais concorrentes dos dois sistemas. Quanto mais próximos estiverem dois sistemas, maior tende a ser a concorrência entre eles; d) recursos diferenciais, que é a avaliação do conjunto dos atrativos turísticos de uma região, os quais influenciam o fluxo turístico. Possuir tais recursos pode proporcionar um crescimento no mercado maior que outro sistema concorrente que não os possua. Da mesma forma, se houverem núcleos turísticos próximos que possuam recursos diferenciais semelhantes, o mercado tenderá a crescer em taxas menores; e) homogeneidade lingüística e monetária é um fator importante quando há diversidade lingüística entre os sistemas em análise e seus principais mercados emissores. No caso de análises no Brasil esse fator pode ser suprimido; f) relação turista por habitante do destino turístico, que é um indicador de desempenho de dado sistema turístico. O estudo da evolução do turismo em duas regiões distintas observando tal relação é importante para o planejamento, pois pode indicar a proporção de pessoas externas ao sistema em relação à população autóctone, demandando maior ou menor investimento em infra-estrutura básica (água, esgoto, coleta de lixo); g) situação de saída da crise econômica é um fator importante quando os sistemas em análise encontram-se em países que estão saindo de crises econômicas o que influencia o aumento do número de turistas. Essa variável, conforme Petrocchi (2001) foi importante para o estudo do Espírito Santo, pois o mesmo foi realizado num período em que o Brasil passava por uma hiperinflação. Atualmente, segundo ele, pode ser utilizado com enfoque diferente ou mesmo suprimido; h) infra-estruturas que são fatores decisivos para o desempenho dos sistemas

de turismo, pois o conjunto de serviços públicos essenciais pode contribuir para o bem estar do visitante, tanto quanto, da população permanente do destino turístico; i) imagem perante o mercado potencial. “Um núcleo turístico poderá ter inúmeras vantagens competitivas, porém, se não possui uma imagem definida e divulgada, terá sérias dificuldades para expandir ou mesmo manter sua parcela de mercado” (PETROCCHI, 2001, p. 225).

Esses fatores, segundo a metodologia são importantes para que os avaliadores possam fazer uma boa relação e comparar os dois sistemas em análise e atribuir para cada um deles desvantagem, vantagem ou neutralidade.

Metodologia

A investigação teve como delimitação espacial a região “A” já referida na introdução. A metodologia seguiu uma abordagem descritiva e, no que concerne a delimitação temporal, caracteriza-se como de corte transversal ou cross-sectional, visto que os dados apresentam um recorte pontual no tempo, correspondendo ao período em que foram coletados (SEAKARAN, 1992).

O estudo de caso foi o delineamento da pesquisa aqui apresentada. Para Young (apud Gil, 2002) investigações dessa natureza se definem como o conjunto de dados que descrevem parcialmente ou totalmente o processo social de uma unidade, englobando as várias relações internas e suas fixações culturais, quer essa unidade seja uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma nação ou uma comunidade. No entendimento de Gil (2002) o estudo de caso também é indicado nas ocasiões em que se pretende enquadrar o objeto de estudo em um tipo ideal ou modelo teórico. Essa recomendação converge para a proposta do presente trabalho, pois se trata da aplicação de um modelo já existente, a uma dada realidade, no caso a Região A.

Conforme preconizado pelos formuladores do método da correlação de variáveis, como visto no referencial teórico, reuniram-se representantes da região, os quais foram escolhidos por possuírem conhecimento do turismo regional como também do mercado turístico. Agendou-se então uma reunião com especialistas, a qual ocorreu no dia 26 de julho de dois mil e cinco, para a qual foram convidados trinta a cinco profissionais de várias áreas, porém com atuação e longa experiência na atividade turística. Na seleção dos convidados tentou-se criar uma proporcionalidade entre especialistas locais e externos para se evitar, dentro do possível, os fatores de motivação pessoal na avaliação dos itens sugeridos. Compareceram, entretanto, à reunião, somente vinte e duas pessoas, das quais duas tiveram suas contribuições desqualificadas por não apresentarem as condições adequadas de analisar os fatores com consistência devido a sua pouca experiência no setor. Restaram, portanto, vinte especialistas.

Conforme dados obtidos no dia da reunião, quando foi solicitado aos participantes que respondessem um questionário com perguntas abertas a fim de se confirmar o seu perfil, verificou-se que todos exerciam funções de representatividade no setor turístico, alguns como dirigentes de entidades regionais ou locais do trade turístico, outros como secretários de turismo, ou ainda como professores nos cursos de turismo. Somente três participantes não atuam permanentemente na região e podem ser considerados externos a ela, porém desenvolveram, em períodos anteriores, trabalhos de consultoria na área de abrangência possuindo o conhecimento necessário para poder realizar a comparação dela com a região de referência. Deve ser considerado também que dois participantes, embora atuando de forma permanente na região a representavam na Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, tendo contato com o trade estadual e nacional de turismo. Quanto aos demais

especialistas, por exercerem funções atinentes ao setor turístico, mantinham constante interação com os atores envolvidos no setor, não só internamente aos municípios, mas também regionais, através das reuniões da Associação Regional de Turismo. Quanto a formação, metade dos participantes possui graduação superior na área de turismo e hotelaria, e os restantes dividem-se em 20% formados em administração e contabilidade e 30% em outros cursos (história, psicologia, engenharia civil). Em média, o tempo de atuação na área de turismo dos participantes é de dez anos, sendo que um deles a apenas três anos, constituindo-se no de menor experiência. Um dos presentes a reunião, que apresentava maior experiência atuava na atividade há mais de vinte anos. Quanto aos dezoito especialistas restantes, todos atuavam no setor por um período superior a cinco anos. Ao longo da sua carreira as atividades dos participantes foram bastante variadas: promotores de eventos, agentes culturais, contadores de hotéis, agentes de viagens, professores de curso de turismo, secretários de turismo, gerentes de alimentos e bebidas, enfim, todos atuaram em áreas afins ao turismo. Pelos dados apresentados, pode-se inferir que o grupo possuía a qualificação necessária para realizar o tipo de análise esperada, atendendo uma das condições consideradas críticas por Petrocchi (2001) para a aplicação da metodologia.

Tão importante quanto a escolha das variáveis e a qualificação dos especialistas é a definição da região de referência. Ela foi escolhida pelos seguintes critérios: o primeiro, obviamente, que tivesse as informações sobre o fluxo turístico para que permitisse as análises posteriores. O segundo foi o conhecimento que os especialistas detinham sobre o sistema turístico utilizado como base de comparação. Foram identificadas cinco regiões, porém muitas delas não eram conhecidas por todos os eventuais participantes da reunião o que dificultaria a sua comparação com a Região A, pois grande parte da análise se caracteriza por uma avaliação qualitativa do especialista. Optou-se então pela região que tenderia a ser conhecida pela maioria, aqui denominada Região B. O terceiro ponto foi o perfil de público que frequenta a região de referência, que em média deveria ser similar ao que visita a região objeto de análise.

Deve-se ressaltar, entretanto, que existe uma diferença entre as duas regiões. A Região A é bastante diversificada em termos de atrativos turísticos e situa-se no interior de um estado do Sul, tendo como atrativos principais águas termais, turismo no meio rural, atrativos culturais. Seus principais concorrentes estão a uma distância média de duzentos quilômetros. Já a Região B é litorânea, basicamente atuando no segmento de turismo de praia, com concorrentes localizados a uma distância de até cem quilômetros. Esses fatores, não inviabilizam a análise, porém podem limitá-la porque no caso do turismo de praia o grande fluxo ocorre na alta temporada e no caso da região de análise o fluxo é distribuído ao longo do ano.

Para a reunião foram organizados os dados disponíveis da Região A e da região de referência, quanto a população, PIB e origem dos turistas. Os participantes foram orientados quanto a metodologia e sobre o objetivo do encontro, que foi chegar a um fator de correlação entre os dois sistemas de turismo. Como descrito no referencial teórico, para cada uma das variáveis, os participantes deveriam, numa folha de notação, indicar uma pontuação entre 0 (zero) e 1 (um) caso entendessem que para aquele item existia valoração desfavorável para a região estudada, no caso a região A em relação a região de referência B. Apontar uma pontuação 1 (um) caso não houvesse diferença entre os dois destinos. E uma notação maior que 1 (entre 1 e 2) caso opinassem com valoração positiva para a região analisada (A).

Feitas essas considerações iniciais, passa-se, na sequência deste artigo, a apresentação dos dados, os quais serão descritos concomitantemente com a análise e com os dados apresentados aos participantes, quando pertinentes.

Análise do fator de correlação da região A

Após a apresentação dos presentes, fez-se uma breve explanação dos objetivos da reunião e dos critérios que deveriam ser utilizados para se realizar o trabalho, conforme já explicitado na revisão da bibliografia e na descrição da metodologia feitas nas seções anteriores desse artigo. As pontuações individuais foram anotadas num formulário as quais foram lançadas posteriormente em uma planilha eletrônica, calculando-se a média para cada uma das variáveis e finalmente chegando ao fator de correlação, cujos resultados constam da Tabela 2. Para a presente análise foram suprimidas duas variáveis: a homogeneidade cultural por considerar que num estudo realizado no Brasil esse fator não possui influência significativa especialmente no que tange a língua; e, a situação de saída de crise foi desnecessária uma vez que o país apresentava, no período de análise, certa estabilidade.

Para a análise do PIB diferencial foram apresentados aos participantes da reunião os dados constantes na Tabela 1 correspondendo a comparação entre as rendas da região em relação aos seus respectivos estados emissores de turistas. Observa-se que a média de pontuação atribuída para este quesito pelos especialistas na Tabela 2 é de 0,56, portanto, menor que uma unidade indicando desvantagem para a Região A. Isso se deve ao fato do PIB per capita dos emissores para a Região B ser maior do que o PIB per capita da própria região. Na Tabela 1 verifica-se que a relação deste fator em comparação com a Região B é 1,86, enquanto que o PIB per capita dos emissores de turistas para a Região A fica em 0,67, o que significa que a renda dos locais emissores é menor que a da região de análise.

Tabela 1. Comparação entre renda das regiões emissoras para as Regiões A e B

Renda dos emissores da Região A			Renda dos emissores da Região B		
Local	PIB per capita	Proporção	Local	PIB per capita	Proporção
Região A	14.889	1,00	Região B	5.627	1,00
Origem A	9.344	0,63	Origem A	9.344	1,66
Origem B	7.807	0,52	Origem B	7.807	1,39
Origem C	10.632	0,71	Origem C	10.632	1,89
Origem D	11.464	0,77	Origem D	11.464	2,04
Origem E	11.524	0,77	Origem G	7.144	1,27
Origem F	6.817	0,46			
Média do conjunto	9.997	0,67	Média do conjunto	10.447	1,68

Fonte: Os autores (elaborada com dados colhidos do IBGE)

Pode-se inferir que o PIB per capita da Região A é maior em função da sua industrialização, sendo o turismo apenas uma das atividades nela exploradas e a Região B é quase que exclusivamente turística sofrendo grande sazonalidade devido ao seu atrativo principal ser a praia. Note-se também, que boa parte dos locais de origem dos turistas, para as duas regiões são os mesmos estados (A,B,C e D).

No tocante a segunda variável, ou seja, a geografia os especialistas atribuíram uma pontuação 1,26 considerando vantagem para a região objeto de análise. Dentre os fatores que contribuíram

para essa vantagem destaca-se a beleza cênica, uma vez que a região em análise é montanhosa e possui áreas com bastante vegetação, ao passo que a Região B é essencialmente urbana e sua paisagem envolve basicamente a praia e o mar. Levou-se em conta também a tendência do turista buscar maior integração com a natureza.

No que diz respeito à concorrência os especialistas alocaram uma pontuação 1,07 bastante próxima da neutralidade. Essa pequena vantagem para a Região A deve-se a distância relativa dos concorrentes que exploram o mesmo tipo de turismo. No caso, a Região A dista em torno de duzentos quilômetros dos seus concorrentes, já no tocante a Região B os destinos concorrentes ficam a uma distância entre cinquenta e cem quilômetros e, além disso, seus produtos turísticos são bastante similares.

O quesito recursos diferenciais recebeu uma pontuação 1,13 também apresentando vantagem para a região em análise. Um fator que contribuiu para essa diferença em favor da Região A é a diversidade de atrativos, nessa região, há possibilidade de se fazer turismo ecológico, rural, termal e cultural, enquanto na região de referência os atrativos se resumem a entretenimento em parques temáticos e a própria praia.

Tabela 2. Fator de correlação para a Região A.

Variável	Média de pontuação
PIB Diferencial	0,56
Geografia	1,26
Concorrência	1,07
Recursos diferenciais	1,13
Relação de turistas por habitante	1,23
Imagem perante o mercado potencial	0,68
Infraestrutura	0,73
Fator de correlação	0,95

Fonte: Os autores (elaborada com base nas médias das respostas dos especialistas)

Também no item relação turista por habitante os especialistas atribuíram uma pontuação com vantagem para o sistema em análise. Os analistas tomaram por base as informações da Tabela 3, observando que a Região B possui um número de 10,71 turistas por habitante ao passo que a Região A possui 1,89 indicando que ainda há uma possibilidade razoável para crescimento. Um outro fato que deve ser considerado é que, como o turismo na região de referência (B) é sazonal, concentrando-se nos meses de temporada (três meses ao ano), o impacto no meio social e ambiental é bem mais intenso que na região analisada (A), onde o turismo se estende de forma mais equitativa ao longo do ano, embora também sofra um incremento na temporada de férias.

Tabela 3. Análise do número de turistas por habitante das regiões A e B.

Região	População da região*	Turistas recebidos	Relação turista/habitante
Região A	124.233	234.825***	1,89
Região B	80.429	862.075**	10,71

Fonte: Os autores (* População conforme censo IBGE 2000; ** Sinopse da Santur; *** Calculado pelos autores conforme a fórmula: (leitos x dias x taxa de ocupação dos hotéis)/média de dias de permanência).

Quanto a imagem perante o mercado potencial foi atribuída uma pontuação de 0,68 com desvantagem, portanto, para a região em análise. Isso se deve ao processo de divulgação do seu produto turístico regional ser relativamente recente. A região de referência já divulga há bastante tempo, é conhecida nacionalmente e está mais presente na mídia nacional que a região objeto de análise.

O último fator analisado trata da infra-estrutura, também recebendo uma pontuação indicando desvantagem para a região A. Isso se deve a necessidade de investimentos em infra-estrutura básica especialmente de acesso. Todos os municípios possuem acessos asfaltados, porém alguns com deficiência, além de necessitarem melhorias na oferta de serviços de água e esgoto.

O fator de correlação, obtido pela média aritmética simples calculada a partir das pontuações atribuídas pelos especialistas a cada uma das sete variáveis, ficou em 0,95 podendo-se inferir que praticamente não há diferenças significativas entre os dois sistemas de turismo analisados. Poderia ser questionado aqui, porque utilizar uma média aritmética simples ao invés de uma média ponderada? Duas razões podem ser arroladas: a primeira é que se trata da aplicação de uma metodologia apropriada de outros autores e que assim a desenvolveram; a segunda, para que se possam ponderar os dados é necessário que se tenha algum critério de atribuição de importância para as variáveis, nesse caso, que critérios utilizar? Qual a validade desses critérios? Para os objetivos iniciais propostos, essa questão técnica traria grande prejuízo? Após ampla discussão entre os pesquisadores, optou-se por utilizar a metodologia da forma original.

Tabela 4. Evolução da demanda turística da Região B.

Ano	Turistas recebidos	Varição com relação ao ano anterior
2005	862.075	1,12
2004	770.035	1,51
2003	510.674	1,05
2002	487.715	0,64
2001	767.637	0,89
2000	858.762	-
Varição média		1,04

Fonte: Os autores (calculado a partir de dados da Santur)

A partir dessa informação foi possível estimar o crescimento do turismo para os próximos cinco anos. Para isso utilizaram-se as informações sobre o crescimento médio da demanda da Região B, conforme a Tabela 4. Há necessidade de se analisar com cuidado os dados da referida tabela, pois

houve uma grande variação no fluxo turístico da Região B. O número de turistas teve uma queda nos últimos cinco anos caindo de 858.762 em 2000 para 487.637 no ano de 2002, depois retornando no ano de 2005 para o patamar de 862.075 turistas recebidos. Isso ocorreu devido aos problemas com a economia Argentina, pois no ano 2000 e 2001 30% da demanda correspondia a turistas estrangeiros em sua maioria oriundos daquele país. O número de turistas estrangeiros caiu de um patamar de 300.000 turistas para em torno de 100.000 pessoas, volume que se manteve constante com pequenas variações para mais e para menos até 2005. Isso demonstra que a recuperação do número de turistas da região B deve-se à intensificação do turismo interno, seja pela melhoria da economia ou pela intensificação das estratégias de comunicação da região buscando atrair o turista nacional.

Para a análise que se propunha inicialmente, considerou-se o percentual médio dos cinco anos, ou seja, 4%. Esse procedimento incorpora os fatores externos que interferiram no desempenho do sistema estudado. Nesse sentido, utilizando-se a fórmula vista no início desse artigo, o percentual médio de crescimento do sistema de referência multiplicado pelo fator de correlação teremos o percentual de 3,8% ($4\% \times 0,95 = 3,8\%$). Assim a previsão de demanda para a Região A ficou conforme a Tabela 5.

Analisando-se os dados da referida tabela, verifica-se que o número de turistas poderia sofrer um acréscimo de 20% até o ano dois mil de dez, visto que a previsão para os próximos cinco anos mostrou um possível aumento médio de 3,8% no número de visitantes. Logicamente esses valores podem sofrer mudanças significativas caso hajam iniciativas mais arrojadas dos envolvidos com o setor, como ficou demonstrado com os dados da Região B. Enquanto havia uma certa normalidade no fluxo não se tomou nenhuma medida drástica, porém, com a queda significativa da demanda internacional, intensificou-se a busca de turistas em outros mercados, no caso o interno, e, atualmente o sistema praticamente recuperou o patamar do ano dois mil.

Ano	%	Número de turistas	Número de turistas acumulado
2005			243.825
2006	3,8%	9.265	253.090
2007	3,8%	9.617	262.707
2008	3,8%	9.983	272.690
2009	3,8%	10.362	283.052
2010	3,8%	10.756	293.808

Fonte: os autores

Outro fator que chama a atenção, é a necessidade urgente de se implementar uma estrutura capaz de contabilizar detalhadamente informações sobre o fluxo turístico das regiões, e para isso existem as facilidades das modernas tecnologias de informação, porém é preciso superar a individualidade do empresário que muitas vezes resiste a prestar informações a instituições que poderiam consolidar os dados, disponibilizando-os a eles próprios, facilitando o seu processo de planejamento. Também a falta de percepção das associações de turismo existentes, de que poderiam prestar esse serviço aos seus associados restringe a oferta sistematizada desse tipo de informação.

Considerações finais

Após a realização de todas as atividades atinentes a pesquisa proposta, pode-se considerar que a metodologia mostrou-se razoável para se calcular a previsão de fluxos turísticos para a Região A, sendo possível responder às questões que deram origem ao trabalho aqui apresentado. Pode-se inferir que há tendência a um crescimento médio de 3,8% ao ano, e que o coeficiente de atratividade da região é de 0,95. Quanto ao objetivo central que foi aplicar o método de correlação de variáveis a um caso real, pode-se considerá-lo alcançado. Mesmo havendo variação nos dados da região de referência, pode-se considerar o percentual obtido adequado, pois em se tratando de sistemas turísticos de um mesmo país, os fatores que influenciaram a flutuação no mercado da Região B tendem a influenciar o mercado dos dois sistemas. Quanto a utilidade dos dados, em se tratando de um processo de planejamento, em que eles serão utilizados para previsões de demanda futura, pode-se considerá-los válidos, entretanto, como ficou demonstrado pela busca de novos mercados, a atuação dos envolvidos no processo de gestão do turismo podem interferir nos resultados futuros, além de, é claro, fatores externos como crises econômicas, mudanças políticas, que podem interferir no desempenho do sistema. Esse fato, no entanto, pode ocorrer com qualquer processo de previsão, pois sempre é um exercício de antevisão do futuro, que nem sempre se realiza, servindo somente como um parâmetro para análise.

Outros fatores, além dos até aqui expostos, e que limitam o trabalho, é a análise dos dados e a comparação entre as Regiões A e B, realizada pelos especialistas, pois dependeu de opiniões pessoais e por mais sistemática que tenha sido a metodologia, acaba por trazer certa carga de subjetividade aos dados. Não foi aqui analisado se a Região A possui capacidade de carga para um aumento de turistas, e mesmo, uma eventual mudança de estratégia que possa aumentar a ocupação dos hotéis fora dos períodos de finais de semana e feriados prolongados, quando a demanda é maior, como também a necessidade de se aumentar ou não a oferta de novos leitos. Estas, entretanto, são questões que necessitam de outras reflexões e pesquisas de aprofundamento. Quanto aos objetivos propostos para o trabalho, podem-se considerá-los alcançados. Foi possível compreender o processo de aplicação da metodologia a um caso real e avalia-se que as informações obtidas foram consistentes. Apesar das reservas que devem naturalmente fazer parte das considerações dos leitores do presente trabalho, pode-se argumentar que a metodologia da correlação de variáveis mostrou-se uma alternativa útil aos planejadores, caso não disponham de dados confiáveis que lhes permitam utilizar outras metodologias. Também, mostrou-se importante como parte de um estudo exploratório que objetiva o levantamento de variáveis qualitativas, como no caso, o fator de correlação, que pode também ser utilizado como coeficiente de atratividade em estudos posteriores.

Ressalta-se que, a intenção dos autores, com a publicação desse artigo, não é apresentar um modelo que substitua os métodos estatísticos e o acompanhamento longitudinal dos mercados a fim de se fazer previsões mais acuradas das tendências de mercado. O propósito é unicamente apresentar uma alternativa para debate, visto que os profissionais muitas vezes se encontram em situações nas quais os dados não estão disponíveis, no entanto precisam de alguma informação que lhes permitam encontrar uma forma de estabelecer metas ou indicadores de desempenho para sistemas turísticos. Trata-se, portanto, de uma metodologia alternativa e deve ser utilizada com reserva e a devida ponderação dos interessados.

Referências bibliográficas

- ACERENZA, M. A.; **Administración del turismo**: conceptualización y organización. México, Trillas, 1991.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo** – Roteiros do Brasil. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2004.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed São Paulo: Atlas, 2002.
- IBGE. **Censo Demográfico 2000**. Disponível em: www.ibge.gov.br . Acesso em: 24 jun. 2005.
- MIDDLETON, V. T.C.; CLARKE, J. **Marketing de turismo**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2001.
- PETROCCHI, M. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.
- RUSCHMANN, D. Van de M. **Turismo e desenvolvimento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.
- SANTUR. **Demanda 2005**. Disponível em: www.sol.sc.gov.br/santur . Acesso em: 24 jun. 2005.
- SEAKARAN, U. **Research methods for business**: a skill-building approach. 2nd ed. New York: Juhn Wiley, 1992.