

Os Fatores Internos Condicionantes do Planejamento Turístico Local¹

Fabiola Cristina Costa de Carvalho (Fundação João Pinheiro/MG)²
Thiago Duarte Pimentel (Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF)³

Resumo: O objetivo deste ensaio teórico foi identificar os principais elementos internos que condicionam, de forma restritiva ou capacitadora, as possibilidades de ação coletiva dos destinos turísticos (DT's). Ao contrário da literatura pré-existente, que não propõe uma análise integral da dinâmica local, argumentamos que a distinção dos elementos internos auxilia a analisar o funcionamento do DT. Através de um levantamento teórico, indutivo, baseado na literatura especializada sobre planejamento turístico no cenário nacional, identificou-se um grupo sistemático de elementos que podem intervir sobre decisões e ações na esfera local. Como resultado e contribuição apresentamos um *framework* sistêmico e integrado de fatores internos que condicionam as possibilidades de ação dos gestores nos DT's, sendo um pré-requisito ao planejamento turístico.

Palavras-chave: planejamento turístico; fatores condicionantes; ambiente; sistema.

1 Introdução

Tem sido apregoado, com frequência, que o desenvolvimento do turismo deve ser alcançado por meio de planos que obedeçam as particularidades locais e estimulem a ação conjunta entre atores do destinos turísticos (DT) em particular os representantes do poder público, da iniciativa privada e da comunidade receptora para se alcançar o desenvolvimento do turismo.

No âmbito nacional, estudos levados a cabo sobre a economia do turismo por Lage e Milone, (1991), Fernandes e Coelho (2002) e Rabahy (2003), bem como sobre aspectos gerais da dinâmica do turismo, por Beni (2007), entre outros, apontam fatores que influenciam os fluxos turísticos. Igualmente, no âmbito internacional Goh (2012) explora a combinação entre fatores econômicos de um lado e psicossociais de outro, além do elemento climático, para formar a demanda turística. Coshall e Charlesworth (2011) abordam a questão da demanda turística do ponto de vista de modelos de

¹ Trabalho apresentado ao GT 04 – Turismo e desenvolvimento regional. VII Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Universidade de Caxias do Sul, 16 e 17 de novembro de 2012.

² Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. Mestranda em Administração Pública pela Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho – Fundação João Pinheiro. Endereço: Alameda das Acácias, 70, São Luiz/Pampulha, Belo Horizonte/MG. CEP: 31.275-150. Email: fabiolacarvalho.tur@hotmail.com

³ Professor do Departamento de Turismo da UFJF/MG. Doutorando em Ciências Sociais (Sociologia) pela Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. Mestre em administração pelo CEPEAD/UFMG. Bacharel em turismo pela UFMG. Endereço: Departamento de Turismo (DepTur), sala A-IV-46. Instituto de Ciências Humanas /UFJF. Minas Gerais/MG - Brasil. Rua José Lourenço Kelmer, Campus Universitário, São Pedro. CEP: 36036-330. Email: thiago.pimentel@ufjf.edu.br

previsão, focalizados em objetivos de curto e longo prazo e associados à sazonalidade. Já Boullón (2005), discorre acerca do planejamento e do desenvolvimento do destino.

Embora haja, de certo modo, estudos que identifiquem e sistematizem elementos ou fatores relacionados ao turismo, ao sistema turístico ou à atividade produtiva do turismo, em geral, tais elementos aparecem isolados ou negligenciados quando se adota a unidade analítica do DT como referência (PIMENTEL; PIMENTEL, 2012a). Assim, se já é comum a elaboração de sistematizações alusivas a fatores constituintes ou intervenientes do turismo em relação à unidade analítica organização, até o momento não se verifica o mesmo processo visando construir um *framework* teórico-analítico de fatores que condicionam o planejamento e a gestão em DT's.

Por exemplo, o Ministério do Turismo (2010) apresenta as dimensões avaliadas na análise de competitividade dos destinos indutores⁴ indicando um passo na identificação de elementos intervenientes na dinâmica turística em escala regional. Todavia, não diferencia explicitamente fatores externos e internos. Tampouco sistematiza como eles se relacionam, sua ordem de influência e o peso relativo de cada um. Além disso, a lacuna na especificação de fatores e processos especificamente internos ao sistema turístico local impele o pesquisador, ou o gestor, a considerar níveis distintos da realidade, alocando em uma mesma balança elementos de pesos distintos, tomados, erroneamente como equivalentes⁵.

Tais questões são demasiado complexas para se mencionar em um único artigo e quiçá uma única pesquisa. Portanto, pretendemos expor os resultados parciais de um estudo mais amplo direcionado, cujo mote era identificar que fatores, internos e externos⁶, condicionam, restringindo ou habilitando, a elaboração e execução da gestão, em geral, e do planejamento, em particular, em DT's. Visando abordar parcialmente o

⁴ São estes: infraestrutura geral (atendimento médico para o turista, estrutura urbana nas áreas turísticas, fornecimento de energia e serviço de proteção ao turista); acesso (rodoviário, ferroviário, aéreo, aquaviário, sistema de transporte no destino, proximidade dos centros emissivos); serviços e equipamentos turísticos; atrativos turísticos; marketing e promoção do destino; políticas públicas; cooperação regional; monitoramento; economia local; capacidade empresarial; aspectos sociais; aspectos ambientais e aspectos culturais (MTUR, 2010).

⁵ Gurvitch (1968) falará dos erros dos teóricos precedentes ao não reconhecer os diferentes estratos da realidade e com isso incorrer em explicações simplistas e reducionista da realidade. cf. GURVITCH, G. **La Vocation Actuelle de La Sociologie**: vers la sociologie différentielle. 4 ed. Vol. 1. Presses Universitaires de France (PUF): Paris, 1968. 512p. Archer (2007), apoiando-se na filosofia da ciência do realismo crítico, explicará a questão em termos de "conflação". Cf. ARCHER, M. S. The Trajectory of the Morphogenetic Approach: an account in the first-person. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 54, 2007, pp.35-47.

⁶ Por fatores externos nos referimos àqueles presentes no macroambiente em que o sistema turístico, na escala em questão, se encontra; por fatores internos, nos referimos especificamente àqueles presentes dentro do próprio sistema turístico, na escala selecionada. Adicionalmente, consideramos aqui um destino turístico como um tipo específico de sistema turístico.

problema desenvolvido alhures, visa-se especificamente neste *paper* identificar e apresentar os principais elementos internos que condicionam, de forma restritiva ou capacitadora, as possibilidades de ação coletiva dos DT's. Para tanto, nos valem de um levantamento teórico, indutivo⁷, a partir da literatura especializada sobre planejamento turístico, orientada por contribuições de alguns dos principais expoentes brasileiros sobre a questão e complementada por contribuições seletivamente angariadas no plano internacional. Especificamente, buscar-se-á identificar, propedeuticamente, um conjunto sistemático de fatores internos, relacionados à gestão e ao planejamento de DT's, os quais podem condicionar as decisões e ações dos gestores.

A relevância de um estudo que forneça um quadro de análise integral do conjunto de fatores, relacionados apenas ao âmbito interno do próprio DT, e têm influência sobre sua gestão e planejamento, reside no fato de que o conhecimento, tácito ou explícito, destes elementos é indispensável à elaboração e implementação de planos turísticos eficazes, eficientes e efetivos, associados à sustentabilidade, participação social e desenvolvimento como correntemente emprega o senso comum acadêmico⁸.

Supomos que a premissa elencada, de requisito necessário, possa ser plenamente desenvolvida desde que se conheça adequadamente seu real funcionamento. Portanto, a contribuição pretendida deste trabalho é produzir um *framework* teórico relativo aos fatores internos do DT que sirva de instrumento para a intervenção prática na realidade. Evidentemente este é o começo de um processo que deverá, futuramente, ser refinado, por estes ou outros pesquisadores, através da adição de novas questões.

Porém, tais fatores, por si sós, não determinam a capacidade de desenvolvimento do DT, pois, independente de sua configuração, são limitados por fatores macroambientais do sistema no qual se insere o DT⁹. A identificação sistemática destes elementos deve ser aliada a esta, integrando um quadro teórico sobre o posicionamento, a capacidade de ação e de desenvolvimento dos DT's no ambiente turístico (PIMENTEL; PIMENTEL, 2012b).

⁷ O raciocínio de síntese baseado nessa abordagem indutiva funda-se substancialmente na perspectiva da análise fenomenológica estrutural proposta por Mucchielli (1983).

⁸ Referimo-nos a adoção de posições supostamente consensuais, por parte dos intelectuais, e embasadas em julgamentos de valor supostamente convergentes com a expectativa da representação coletiva dominante sobre o que é ético, desprovidas da devida qualificação e reflexão científica requeridas.

⁹ Em estudo complementar tratamos das influências e limitações dos fatores macroambientais sobre o planejamento turístico, cf. CARVALHO, F.C.C.; PIMENTEL, T.D. A influência dos fatores ambientais externos sobre os destinos turísticos. IX Seminário Anptur, Turismo e Patrimônio. *Anais...* 2012.

Este estudo está organizado da seguinte maneira: esta introdução, onde se expõe o contexto e a problemática de pesquisa, além da justificativa, relevância do trabalho e possíveis contribuições. A segunda seção trata da influência dos fatores internos no desenvolvimento do turismo local. Na terceira parte, se apresenta o *framework* resultado desta pesquisa. Na última parte, são retomadas as principais reflexões, as limitações e recomendações para estudos futuros.

2 Análise dos Fatores Internos

As reflexões apresentadas neste trabalho são parte de um extenso estudo acerca dos elementos internos e externos que interferem sobre um DT. Ressaltamos a originalidade do trabalho em função da proposta de combinação das variáveis condicionantes de forma integrada, ao contrário da característica fragmentação dos trabalhos já desenvolvidos mencionados na seção anterior. Em virtude do espaço limitado, optamos por apresentar os principais resultados alcançados referentes aos fatores internos, suprimindo, a seção relativa ao marco teórico do referido estudo¹⁰.

Esta seção analisará os fatores identificados e de que modo eles influenciam no planejamento interno de uma localidade. Os elementos foram divididos em seis grupos: fatores físicos; fatores organizacionais; fatores econômicos; fatores socioculturais; fatores institucionais e fatores aleatórios. A seguir se pondera a respeito de cada grupo.

2.1 Fatores Físicos

Os fatores físicos estão relacionados à infraestrutura básica e à infraestrutura turística do município. Segundo o Ministério do Turismo (2010, p. 51), “o desenvolvimento de um destino turístico requer a existência de uma infraestrutura capaz de atender à população residente e à flutuante que chega por intermédio de atividade turística ou de negócios”. Contudo, a construção e a adaptação de espaços e serviços turísticos devem, além de atender ao turista, oferecer facilidades a população residente, a qual sempre deveria desfrutar das melhorias estruturais implementadas para o desenvolvimento da indústria do turismo.

Quanto aos fatores relacionados à infraestrutura básica importante mencionar a qualidade da infraestrutura urbana, como a conservação das vias públicas e a existência

¹⁰ Contudo, se ressalta que sendo este um ensaio teórico, nesta seção, onde se realiza uma análise da influência dos elementos internos sobre o planejamento turístico local, se mencionam os principais estudos que contribuíram para a elaboração deste trabalho. Uma versão integral sobre a pesquisa será apresentada em uma oportunidade futura.

e a manutenção da sinalização de trânsito (MTUR, 2010), além dos serviços de captação do esgoto sanitário, o abastecimento de água potável e o fornecimento de energia elétrica e gás (LAGE; MILONE, 1991).

Há ainda a infraestrutura turística, como a sinalização turística e o estabelecimento de informação e apoio ao turista (PIMENTEL; PIMENTEL, 2012b; GOH, 2012). Logo na chegada ao destino o turista costuma buscar informações acerca da localização de restaurantes ou do centro comercial da localidade. Também quando é necessário se informa sobre outros serviços locais, como atendimento médico. Se o trajeto a estes lugares, e outros estabelecimentos normalmente frequentados pelos turistas, for bem sinalizado, assim como os moradores estiverem preparados para prestar informações a este respeito, a expectativa inicial tende a ser positiva.

Por outro lado, os serviços básicos devem atender de forma eficiente tanto a população, quanto ao turista nos períodos de alta temporada. Por exemplo, o sistema de iluminação pública deve atender a comunidade residente, além de haver geradores de energia, em hospitais e ambulatórios, como também nos centros de convenções, nos demais espaços públicos para a realização de eventos e nos meios de hospedagem, a fim de minimizar os transtornos no caso de ocorrerem falhas na rede elétrica convencional. Igualmente o abastecimento de água deve ser eficaz, evitando que nos períodos de maior visitação ocorram problemas na provisão deste serviço.

Os problemas locais de congestionamento de trânsito contribuem para transtornar o turista. Em oposição um sistema de transporte público eficiente, de táxis em quantidade suficiente, e de outros transportes alternativos, que podem se beneficiar do uso turístico, sempre oferecendo serviços de qualidade, é fundamental para atender aos visitantes. A organização e a capacitação de taxistas é essencial, pois muitas vezes eles são os primeiros a entrar em contato com o turista no DT.

A respeito do serviço de transporte vale destacar que a administração municipal, ou os agentes privados autorizados, podem explorar os terminais e as linhas de ônibus municipais e intermunicipais. “São indicadores de uma situação de eficiência: existência ou não de serviço de transporte coletivo na zona urbana e rural e porcentagem da população residente a mais de dois quilômetros do centro da cidade ou de um terminal de frequência diária” (BENI, 2007, p. 148).

A segurança pública é outro elemento relevante, pois a redução dos índices de violência e criminalidade local, bem como a simples existência de delegacias de polícia e de Corpo de Bombeiros (LAGE; MILONE, 1991), pode ser um fator de atração, enquanto o oposto contribui para desmotivar a escolha do turista. Mais ainda, a prestação do serviço de atendimento médico de qualidade ao turista deve ser consequência da eficácia do mesmo atendimento para a população residente e deve ser prioridade nas deliberações municipais. Contudo é sabido que esta, entre outras questões sociais, é muitas vezes amplamente ineficiente e de difícil solução.

Cabe aludir que a infraestrutura turística, como a existência de equipamentos turísticos, como os meios de hospedagem, os restaurantes, os bares, as lanchonetes, os espaços para a realização de eventos, os centros de atendimento ao turista, deve ser apropriada para atender às necessidades de cada perfil de cliente. “Um dos indicadores bastante utilizados para avaliar o fluxo de turismo é dado pela capacidade de hospedagem e sua taxa de ocupação” (RABAHY, 2003, p. 129). Assim, as preferências do consumidor podem ser evidenciadas a partir da aplicação de pesquisas de demanda (HOERNER; SICART, 2003, PEARCE, 2003, PETROCCHI, 2009).

Aliado a isso, a sinalização padronizada, a conservação das placas e a presença de informação em língua estrangeira (MTUR, 2010), facilita o deslocamento no DT, podendo estimular o turista a realizar passeios não programados de antemão. Importa considerar que a seleção do modal de transporte guarda estreita relação com o preço praticado pelas empresas, ou seja, com os fatores econômicos (LAGE; MILONE, 1991; HOERNER; SICART, 2003; FERNANDES; COELHO, 2002). Por consequência este aspecto, como outros, contribuirá para restringir o público alvo, em função das tarifas e dos serviços ofertados. Já a eficiência na prestação, bem como a qualidade dos serviços básicos, são atribuições da administração municipal e têm grande impacto no turismo, o que depende dos fatores organizacionais a serem analisados adiante.

2.2 Fatores Organizacionais

A dimensão organizacional se refere à gestão do DT na forma de uma (ou mais) entidade própria responsável, a qual, no caso brasileiro geralmente fica a cargo do poder público estatal: nacional, estadual ou municipal (PIMENTEL, 2011). Porém, ela pode ser operada pela iniciativa privada, o terceiro setor ou de forma mista, através de esforços conjuntos entre estes setores.

Dentre as questões relativas ao bom desempenho da esfera administrativa local a primeira a ser destacada é a existência de um documento para orientar o desenvolvimento turístico (BOULLÓN, 2005). O êxito no turismo parte de “uma parceria entre os diversos interessados nesse setor, como governos, órgãos estatais ou semiestatais, organizações voluntárias e sem fins lucrativos, setor privado, comunidade anfitriã e visitantes” (MTUR, 2010, p. 60). Efetivamente, a elaboração da política pública de turismo equilibra os interesses de todos estes atores, e apresenta diretrizes no intuito promover a sustentabilidade da indústria do turismo. Assim, possibilidades do desenvolvimento local poderão ser mais facilmente alcançadas.

Interessante notar que, as ações para a preservação ambiental, o desenvolvimento social e o fortalecimento da cultura local podem, melhorar a qualidade de vida local, como ainda, contribuir para a construção de uma imagem favorável do produto turístico. Ademais, o gerenciamento mercadológico do destino implica o uso de ferramentas administrativas para a organização da oferta no mercado de viagens, para a promoção e para o monitoramento da atividade, assim o planejamento permite traçar os objetivos futuros a serem atingidos, orientando o desenvolvimento contínuo e consistente das atividades relacionadas (PETROCCHI, 2009; BENI, 2007).

Nesta perspectiva, o objetivo do planejamento é transformar recursos em produtos competitivos e acessíveis (VIGNATI, 2008). Para tanto, monitorar é uma das tarefas cruciais ao controle da atividade, o que no âmbito local, implica em realizar levantamentos regulares sobre os gastos de turistas durante sua estada, assim como das receitas geradas durante o ano nos estabelecimentos turísticos. A análise periódica sobre os resultados alcançados pela indústria do turismo pode auxiliar a desenvolver estratégias para manter as ações que tiveram retorno positivo e implementar soluções para as deficiências detectadas (PETROCCHI, 2001; VIGNATI, 2008; BENI, 2007).

A comunicação entre os atores do destino e seus distribuidores (as operadoras e as agências de viagem) é outro fator a ser mencionado e deve acontecer num ambiente de sinergia, contribuindo para o uso das ferramentas de divulgação e marketing, resultando em informações verídicas e confiáveis ao turista. Isso fortalece os laços com o consumidor final, facilita a fidelização destes clientes e se converte em uma estratégia de posicionamento competitiva (PETROCCHI, 2009; MTUR, 2010).

Mais ainda, a concorrência com outros centros turísticos pode reorientar os fluxos em destinos saturados, mas este é um estímulo à melhora da qualidade do DT através da busca pela renovação da oferta e da inovação. Este cenário pode levar à criação dos *clusters* de turismo, no intuito de unir várias localidades ofertando produtos similares e complementares, os quais em conjunto podem se fortalecer no mercado de viagens (PETROCCHI, 2001; THOMAZI, 2006; BENI, 2007).

A inovação e a conquista de novos mercados também está associada à comunicação com o ambiente externo, favorecendo a criação de alianças estratégicas. Ao mesmo tempo se permite adotar ferramentas administrativas mais eficientes oferecendo ao destino novas oportunidades de crescimento. Cabe destaque o fato de que a circulação de informações sobre o destino e os serviços turísticos disponíveis ao consumidor pode estimulá-lo na sua escolha.

Assim, a propaganda visa que o produto “seja percebido, reconhecido, entendido, absorvido, acreditado, retido e motivado para ser visitado” (KOTLER, 1980; RABAHY, 2003, p. 123). Por outro lado, a falta de divulgação ou a publicação de informações falsas sobre o DT poderá ser, em última análise, desfavorável ao destino.

Capacitar e qualificar os recursos humanos condiciona o desenvolvimento da atividade turística (BOULLÓN, 2005), pois a racionalidade no desenvolvimento dos processos está integrada à competência necessária para implementar ferramentas inovadoras de planejamento e gestão. Por exemplo, profissionais capacitados possivelmente estão aptos a compreender a necessidade e as vantagens das alianças com os outros atores envolvidos no turismo. As parcerias tanto entre as organizações locais, quanto as demais empresas estabelecidas na região, e também outros destinos, podem contribuir para criar novos produtos e melhorar a qualidade dos produtos já ofertados. Além disso, através das novas tecnologias e inovação é possível investir na sustentabilidade, fortalecer o destino, tornando-o, assim, mais competitivo.

2.3 Fatores Econômicos

Os fatores econômicos elencados são predominantemente relacionados aos aspectos referentes aos ativos e à circulação de capital. A princípio cabe mencionar os estudos acerca da economia local, relacionados às responsabilidades da administração pública. É relevante se engendrar uma análise dos impactos econômicos causados pela atividade turística. Deste modo, é possível inferir com maior segurança as áreas em que

há necessidade de investimentos. Igualmente, partindo de dados estatísticos sobre a economia do turismo local é possível formatar produtos inovadores e ponderar sobre a diversificação da atividade econômica, relacionada ao turismo ou a outras atividades do município (RABAHY, 2003).

Como decorrência do fortalecimento da economia na indústria do turismo podem ser atraídas outras empresas do setor dispostas a se estabelecer na localidade. Este cenário, sendo administrado de forma coerente e planejada, pode melhorar a infraestrutura local e aumentar a criação de postos de trabalho.

O aumento do PIB *per capita* é um indicador positivo do desenvolvimento econômico local, do ponto de vista do mercado capitalista, pois indica o aumento do poder de compra do consumidor (LAGE; MILONE, 1991; RABAHY, 2003). Mas sob o aspecto da sustentabilidade social, esta ideia é refutada (DOWBOR, 2007). Porém, considerando a complexidade da questão e o recorte proposto neste estudo não detalharemos a discussão.

Outro aspecto que está diretamente relacionado à renda é o PIB nacional (BENI, 2007). Mais ainda, a arrecadação de impostos advindos da atividade turística favorece o investimento nas próprias organizações deste e de outros setores, desde que hajam políticas públicas eficientes para garantir a distribuição dos recursos financeiros. Contudo, se deve cuidar para que os custos de produção repassados nos preços dos produtos e serviços ao consumidor final não desestimulem a concretização da compra, em função, por exemplo, do posicionamento errôneo e da divulgação do destino a públicos distintos da oferta proposta. Dessa maneira, se retorna a discussão acerca do uso das ferramentas administrativas no planejamento turístico e na gestão do destino.

A capacidade gerencial dos empresários do setor, portanto, é outro ponto a ser observado (BOULLÓN, 2005). Ademais as associações de classe e os sindicatos contribuem para organizar os setores e capacitar os administradores e colaboradores.

A dimensão Capacidade empresarial está orientada principalmente para uma competência, ou capacidade dinâmica, presente no destino, capaz de promover as transformações necessárias, tanto na infraestrutura específica do turismo, diretamente mensurada pelas variáveis que operacionalizam essa dimensão, quanto em sua capacidade de mobilizar as forças políticas e sociais locais no desenvolvimento do setor (MTUR, 2010. p. 69).

O trabalho cooperativo das organizações especializadas em serviços turísticos contribui para fortalecer o produto comercializado no ambiente externo, colaborando para posicionar o destino frente a seus concorrentes (THOMAZI, 2006; BENI, 2007;



PETROCCHI, 2009). Ademais as formas de comercialização do DT nas consolidadoras, nas operadoras de turismo, nas agências de turismo emissivo e no mercado virtual podem contribuir para incentivar ou desestimular a compra de um produto turístico. Nesse ponto surge, o índice de preços da oferta influenciando na escolha do consumidor (BENI, 2007), como também na concorrência entre DT's.

2.4 Fatores Socioculturais

Os fatores sociais e culturais apresentados são relativos a indicadores sociais, assim como aos hábitos e costumes motivadores das viagens. Uma administração pública bem sucedida tem no fator educacional um forte indicador de qualidade de vida para a população. “A fim de se criar um cenário de atratividade para que empreendimentos turísticos venham a instalar-se, manter-se ou crescer no município, há a necessidade de avaliação da oferta de instrução, qualificação ou especialização para a população local” (MTUR, 2010, p. 70). Consequência disso é o favorecimento da oferta de empregos à comunidade, uma vez que possuindo o grau de instrução exigido para a ocupação dos cargos administrativos, os moradores dos DT's poderão se inserir neste mercado. A qualificação profissional contribui, pois, para reduzir as taxas de emprego informal e de subemprego (BENI, 2007).

Em linhas gerais, o grau de participação social no turismo é indicador de inclusão, pela abertura de postos de trabalho em todos os níveis organizacionais dos empreendimentos turísticos, ou do uso dos equipamentos turísticos pela população residente. “Além de estar correlacionada com a renda, a educação tem valorizado a importância do lazer e do turismo no uso do tempo livre, pelo aprendizado formal, despertado interesses e curiosidades [...]” (RABAHY, 2003, p. 120).

A preservação do patrimônio natural e histórico também facilita a criação de produtos competitivos. “A busca pelo produto cultural encontra explicação na necessidade dos indivíduos de confrontarem suas origens com a realidade socioeconômica da atualidade.” (MTUR, 2010, p. 75). Assim, o apoio à realização de atividades culturais, que valorizem os hábitos e costumes locais deve ser buscado, visto que a preservação e a conservação do patrimônio material e das tradições culturais da região pode contribuir para a formatação dos produtos culturais apreciados no mercado de viagens. Contudo, os melhores resultados devem estar aliados a ações dos setores público e privado, além dos atores locais, no intuito de valorizar o DT e sua história.

Importante ressaltar que a viagem começa a partir de um sonho alimentado por imagens e impressões (HOERNER; SICART, 2003), ou de uma necessidade concreta, como uma reunião de negócios. A escolha do destino ocorre ainda no ambiente cotidiano. A imagem do destino vendida pelas empresas turísticas são, assim, um dos principais fatores que estimulam a escolha da viagem.

A promoção de vendas é uma importante forma de influenciar a demanda de viagens. Sua função é ‘deslocar’ a oferta do produto turístico e colocá-la em contato com a demanda. Procedendo assim, ajuda a tornar o produto mais conhecido, desperta o interesse do consumidor potencial a requerer informações adicionais e contribui para remover as hesitações dos estágios iniciais de consumo dos novos produtos (CASTELLI, 1975; RABAHY, 2003, p. 122).

Nesse contexto se retorna aos fatores organizacionais, quanto à pertinência da oferta ao seu público consumidor, bem como às relações entre os gestores do DT, as empresas turísticas locais e aos distribuidores dos produtos turísticos.

2.5 Fatores Institucionais

Os fatores institucionais dizem respeito às instâncias oficiais e legítimas de atuação na área específica (ou que se sobrepõem a ela), bem como suas regulamentações e o próprio processo de legitimação de suas ações. Por exemplo, a regulamentação e orientação das atividades turísticas admitem o desenvolvimento com base em normas universais e esclarecimentos sobre diretos e atribuições dos envolvidos.

[...] a Política de Turismo deverá ser permanente em seus grandes condicionamentos e nas diretrizes que deles decorrem. No plano dos programas, **deve ser suficientemente flexível para permitir a inclusão de novos objetivos e de instrumentos adequados para atingi-los**, bem como para promover a atualização dos que estiverem em vigor. Não deve cuidar de projetos e atividades específicos. Mas, em qualquer hipótese correta, propiciar a aferição da prioridade que se deve atribuir às diversas iniciativas, pelo maior ou menor ajustamento destas aos condicionamentos das diretrizes e programas adotados (BENI, 2007, p. 103, grifo nosso).

Na elaboração dos projetos e realização de ações pautadas na sustentabilidade local, a política de turismo é primordial, pois teoricamente garante que os objetivos orientadores ao alcance de benefícios ambientais, sociais e culturais relacionados ao turismo, não sejam encobertos por objetivos financeiros.

Ademais as leis de preservação ambiental e a recuperação das áreas degradadas devem ser um compromisso firmado pelos atores inseridos na indústria do turismo. Mas os interesses econômicos são uma barreira à implementação destas ações, apesar da existência de políticas para direcionar a preservação ambiental, aliado a subsídios para garantir o cumprimento da legislação serem necessários à atração e manutenção dos fluxos turísticos. Mais ainda, a redução da poluição ambiental, visual e sonora contribui

para criar um ambiente propício a atração de vários segmentos do turismo, como o turismo de natureza e o turismo de aventura.

Também a criação de Unidades de Conservação indica uma tentativa de conservar o meio ambiente e valorizar o DT. Entretanto, é preciso que esta ação seja concretizada, de forma diferente do que muitas vezes ocorre, quando estes espaços, frequentemente utilizados como elemento para o marketing dos destinos, são negligenciados pelo poder público e a iniciativa privada.

A disposição de lixeiras e a limpeza das ruas, assim como a coleta do lixo é outro ponto bastante observado pelo turista. Nos dias atuais realizar coleta seletiva, usar energia limpa e materiais recicláveis é inclusive um elemento amplamente usado na divulgação dos destinos, pois constroi uma imagem positiva, de comprometimento com a preservação ambiental.

2.6 Fatores Aleatórios

Os fatores aleatórios se caracterizam pela imprevisão ou impossibilidade de controle imediato, podendo ter origens distintas. Afetam intensamente os fluxos turísticos de uma região em um primeiro momento. Apenas em fases posteriores é possível desenvolver estratégias para combatê-los. Posto isso, cabe esclarecer que na bibliografia contemplada neste estudo não foram identificados fatores deste grupo originados no âmbito interno de um DT considerando a definição atribuída a esta esfera.

3 Síntese dos Fatores Condicionantes Internos: uma proposta preliminar de *framework* teórico-analítico

A observação dos fatores condicionantes internos pode contribuir no processo de planejamento turístico e da gestão dos DT's, já que auxilia a compreender o sistema turístico, por meio da observação de elementos que o condicionam, os quais agem ativamente sobre toda a cadeia produtiva do turismo, e assim interferem em sua dinâmica. Portanto, o *framework* construído pode se tornar uma ferramenta de apoio ao desenho dos projetos turísticos para o desenvolvimento local, pois mostra diversos elementos a serem considerados tanto nas fases de elaboração, quanto na implementação, no monitoramento e na avaliação de ações do setor, entendendo-se, contudo que tais fases não são estanques, podendo então, ocorrer simultaneamente.

O quadro síntese (apresentado abaixo) dos fatores condicionantes elenca todos os elementos identificados até o presente momento e mencionados na pesquisa. O

agrupamento em categorias obedeceu aos critérios de origem e tipo de interferência possivelmente desencadeada. Algumas subcategorias foram identificadas. Importa esclarecer que tais fatores são mencionados parcialmente em diversos estudos. Então, a proposta deste trabalho foi de reuni-los formando um quadro sintético que auxilie o gestor a detectar e mobilizar recursos de forma mais efetiva. Também se buscou mostrar como cada um pode condicionar a indústria do turismo, sobretudo os efeitos gerados na escala local. Contudo, o uso destas informações na elaboração de diagnósticos do DT frente a outros concorrentes e em estratégias de posicionamento deve observar atentamente os acontecimentos cotidianos, as possíveis contingências e as particularidades do DT, além de novos elementos condicionantes que podem surgir.

Quadro 1: Síntese dos fatores condicionantes internos do planejamento em DT's

Fatores físicos	Fatores organizacionais	Fatores econômicos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestrutura básica <ul style="list-style-type: none"> • Conservação das vias públicas; • Sinalização de trânsito; • Redução dos congestionamentos; • Serviço de transporte público e privado; • Abastecimento de água e energia elétrica, captação de esgoto, iluminação pública; • Segurança, delegacias e Corpo de Bombeiros; • Capacidade de atendimento médico. ▪ Infraestrutura turística <ul style="list-style-type: none"> • Equipamentos e serviços turísticos; • Sinalização turística; • Centro de informações turísticas; • Serviço de proteção ao turista; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existência de entidade executora; ▪ Pesquisas de demanda; ▪ Análise de resultados das atividades ligadas ao turismo; ▪ Promoção e distribuição do DT; ▪ Monitoramento e avaliação da atividade; ▪ Comunicação interna; ▪ Capacidade administrativa; ▪ Parcerias entre os atores do DT. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economia local <ul style="list-style-type: none"> • PIB do município; • Arrecadação de impostos. ▪ Capacidade empresarial; ▪ Financiamentos para os empreendimentos locais; ▪ Custos de produção; ▪ Formas de comercialização do DT nas distribuidoras.
Fatores socioculturais	Fatores institucionais	Fatores aleatórios
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Educação; ▪ Oferta de empregos aos moradores do DT; ▪ Participação da comunidade no turismo; ▪ Preservação do patrimônio; ▪ Apoio à cultura local; ▪ Imagem comercializada do DT. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas públicas; ▪ Planejamento turístico municipal; ▪ Legislação de meio ambiente; ▪ Serviços de energia e água, coleta de lixo. 	<p>Não foram identificados no âmbito interno de acordo com o recorte atribuído a esta esfera de planejamento turístico neste estudo.</p>

Fonte: elaboração própria a partir da revisão teórica empreendida.

4 Considerações Finais

O objetivo deste estudo foi identificar, propedêuticamente, um conjunto sistemático de fatores internos, relacionados à gestão e ao planejamento de DT's, que podem condicionar as ações dos gestores, além do posicionamento e da inserção das

localidades no mercado de viagens. Foram listados e agrupados os fatores mencionados na bibliografia revisada. Como resultado é sistematizado um *framework* integrado relativo ao ambiente interno do DT, contribuindo para a geração da demanda turística local, pois auxilia a fortalecer a imagem do destino e sua gestão qualificada e eficiente.

Pode-se inferir que os fatores identificados têm tipos, intensidades e dinâmicas diferentes. Considerar corretamente o papel de cada um sobre o DT poderá gerar possibilidades de intervenção mais efetivas. Ademais há uma ampla bibliografia fragmentada, e igualmente uma escassez de materiais que sistematizem, hierarquizem e gerem um modelo além do conhecimento intuitivo sobre a questão. Portanto, o resultado apresentado é uma tentativa inicial de uma elaboração teórica completa e efetiva para explicar a dinâmica dos DT's e auxiliar na sua intervenção.

Adicionalmente pode-se observar que há uma tendência em considerar apenas a dimensão econômica nas decisões acerca do desenvolvimento turístico. Contudo, no âmbito gerencial, omitir, ou negligenciar, os demais fatores que afetam o sistema local pode implicar no baixo grau de desenvolvimento dos DT's, o que parece ser corroborado pelos baixos índices de desenvolvimento e avaliação da qualidade dos DT's brasileiros¹¹. Por exemplo, quanto aos fatores físicos a qualidade nos serviços básicos, e por extensão ao visitante, a estruturação dos espaços de uso público, e a segurança, através da redução dos índices de violência, bem como da existência de delegacias de polícia e de Corpo de Bombeiros (LAGE; MILONE, 1991), além da oferta dos serviços turísticos de qualidade (RABAHY, 2003) favorecem a atração de turistas enquanto promove melhor qualidade de vida para a população residente.

Contudo, este estudo se limitou a agrupar os elementos condicionantes, não desmembrando todos os itens apontados em cada grupo de fatores. Sugerimos, que outros trabalhos desmembrem os elementos elencados e acrescentem outros não observados na revisão da literatura contemplada. Ademais, esta foi uma revisão teórica seletiva e assistemática, visto que a identificação dos fatores a partir da literatura acessada não representa exaustiva e universalmente todos os fatores que podem ter sido mencionados por outros autores, em outros contextos (Europa, Estados Unidos, etc.).

Futuros estudos poderão ampliar o *framework* apresentado, em um esquema

¹¹ A esse respeito cf. a série de avaliações fornecidas pela parceria entre FGV-MTUR, tanto nacionais quanto regionais. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** – Relatório Brasil 2010. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.



teórico propositivo e articulado, e ainda hierarquizar e estabelecer relações causais entre os fatores condicionantes. Este quadro deverá ser verificado por estudos empíricos, podendo se tornar uma ferramenta de apoio na elaboração dos projetos para o desenvolvimento das localidades turísticas. Apesar das limitações, esta proposta constitui um passo importante na sistematização de um quadro teórico integrado para os estudos e a intervenção acerca do planejamento turístico. Críticas, revisões e ampliações por estes ou outros pesquisadores, poderão aprofundar a discussão, ampliar a agenda de pesquisa e auxiliar na consolidação do conhecimento nesta direção.

Referências

- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.
- BOULLÓN, R. C. **Os municípios turísticos**. Bauru, SP: Edusc, 2005.
- CASTELLI, G. **Turismo: análise e organização**. Porto Alegre: Sulina, 1975, p. 44-51.
- COSHALL, J. T.; CHARLESWORTH, R. A management orientated approach to combination forecasting of tourism demand. **Tourism Management**. v. 32, n. 4, ago. 2011. p. 759–769.
- DOWBOR, L. Inovação social e sustentabilidade. **Economia Global e Gestão**. v.12, n.2. Lisboa: ago. 2007.
- FERNANDES, I. P.; COELHO, M. F. **Economia do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- GOH, C. Exploring impact of climate on tourism demand. **Annals of Tourism Research**. v. 39, n. 4, out 2012, p. 1859–1883.
- HOERNER, J.; SICART, C. **La science du tourisme: Précis franco-angais de tourismologie**. França: Balzac, 2003.
- KOTLER, P. **Marketing**. Edição compacta, São Paulo: Atlas, 1980.
- LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. Campinas, SP: Papirus: 1991.
- MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.
- PEARCE, D. G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.
- PETROCCHI, M. C. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.
- PETROCCHI, M. C. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Pearson, 2009.
- PIMENTEL, M. P. C.; PIMENTEL, T. D. Implicações do Posicionamento dos Destinos no Ambiente do Sistema Turístico. In: V Congresso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT). **Anais...** São Paulo: EDUSP / CLAIT, 2012b.
- PIMENTEL, M. P. C.; PIMENTEL, T. D. Planejamento e Controle da Produção no Turismo: um ensaio. **Revista Economia & Gestão** – v. 12, n. 28, jan./abr. 2012a.
- RABAHY, W. **Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. Barueri, SP: Manole, 2003.
- THOMAZI, S. M. **Cluster de Turismo: Introdução ao estudo do arranjo produtivo local**. São Paulo: Aleph, 2006.
- VIGNATI, F. **Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para pólos, cidades e países**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2008.