

A Importância dos Estudos Sobre a Oferta – Caso dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional

Ana Cristina Rempel de Oliveira¹
Cláudio Alexandre de Souza²

Cataratas do Iguaçu S/A – Concessionária no Parque Nacional do Iguaçu, Foz do Iguaçu
– PR

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE

Resumo: Objetiva-se, neste estudo, analisar as pesquisas no setor de turismo com base na oferta turística. Adotou-se o método de pesquisa quantitativa, com a coleta direta de dados primários, através de questionários, junto aos órgãos municipais de várias localidades do país. O foco de investigação da pesquisa está no projeto elaborado pelo Ministério do Turismo – 65 Destinos Indutores – composto por 584 municípios e 62 regiões turísticas. A amostra proposta contou com 85,5% destas regiões. Observou-se a necessidade da formação de um Sistema Nacional de Estatísticas que possibilite a alimentação e a troca de dados entre os municípios. Mas, para isso, é imprescindível a capacitação dos gestores e políticas públicas que orientem para a realização de estudos turísticos.

Palavras-chave: Turismo; Estatística em Turismo; Estudo da Oferta.

Introdução

A evolução tecnológica, principalmente no campo dos transportes, o direito a férias remuneradas e as mudanças no comportamento do consumidor aumentaram consideravelmente a demanda pelo turismo, influenciando significativamente as balanças comerciais dos países.

O objetivo deste artigo é analisar as pesquisas no setor de turismo, com base na oferta turística, enfocando os municípios do projeto 65 Destinos Indutores³. Para isso,

¹ Especialista em Negócios e Economia Política do Turismo Internacional – União Dinâmica de Faculdades Cataratas – UDC – Foz do Iguaçu e Universidade de Toulouse – França. Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE – Foz do Iguaçu. *E-mail:* anah_turismo@hotmail.com

² Docente do Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE. Doutorado em Geografia – Universidade Federal do Paraná UFPR – Mestre em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi – UAM, Especialista em Ecoturismo Educação e Interpretação Ambiental – Universidade Federal de Lavras – UFLA, Bacharel em Turismo e Hotelaria – Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. *E-mail:* cas_tur@yahoo.com.br

³ 65 Destinos Indutores do desenvolvimento Turístico Regional – O projeto visa monitorar a evolução do setor através de indicadores de competitividade, objetivando o desenvolvimento econômico do país.

realizou-se um levantamento bibliográfico acerca dos estudos de oferta e sua importância, além de entrevistas com órgãos municipais das localidades.

O artigo é parte de um estudo mais amplo, que teve como objetivo analisar a importância de se realizar pesquisas no setor de turismo, com base na demanda e na oferta turística, enfocando os municípios do projeto 65 Destinos Indutores.

O acompanhamento das mudanças na oferta turística é imprescindível, pois são traduzidas tendências sobre a evolução nos modelos de produtos turísticos de um destino, possibilitando o desenvolvimento de novos estudos na área.

Além do mais, é possível ampliar conhecimentos sobre as pesquisas, ferramentas indispensáveis para a gestão de destinos turísticos, podendo contribuir para o amadurecimento desse processo no Brasil, para que de forma efetiva se constitua um sistema nacional de estatísticas em turismo.

A problemática da pesquisa se instalou na análise das pesquisas com base na oferta e na aplicação de seus resultados no planejamento de municípios que possuem potencial turístico.

Através deste estudo, verificou-se que o inventário turístico é o tipo de levantamento mais realizado e, além disso, 62% das pesquisas são realizadas pelos órgãos municipais de turismo.

O artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, está o embasamento teórico que consiste na revisão de conceitos relacionados com a oferta e tipos de estudo da oferta; logo após, são expostas as questões relativas à metodologia utilizada para o estudo; posteriormente, são apresentados e analisados os dados e, por último, as considerações finais.

Embasamento Teórico

O embasamento teórico é composto por duas partes. Na primeira, apresenta-se uma discussão sobre os conceitos de oferta turística e, na segunda, são abordados os métodos de pesquisa para a oferta turística como, por exemplo, as metodologias estatísticas uniformes para o cálculo do valor do produto interno bruto do turismo, discutindo-se a oferta bem como o comportamento das empresas.

Oferta Turística

É tão amplo definir que tipo de consumo um visitante pode ter, já que existe a dificuldade em se delimitar o que é a oferta turística, principalmente pelo fato de que os visitantes de uma localidade possuem acesso aos bens que não são essencialmente turísticos.

De acordo com Beni (2000), a oferta turística é constituída pelo conjunto de bens e de serviços que são oferecidos ao consumo do turista, disponibilizando um amplo leque de produtos que abrange tanto o setor terciário (transportes, setores bancários, seguros etc.) como o setor secundário (instalações, infraestrutura, construção civil etc.) e, também, o setor primário (bens agrícolas para transformação e para alimentação).

Para que haja o deslocamento de visitantes e o desfrute destes recursos naturais, será necessário infraestrutura de acesso, banheiros, lanchonetes, restaurantes, entre outros estabelecimentos que ofereçam suporte para a chegada e a permanência no destino. Isso tudo compõe o produto turístico, definido como

a combinação de bens e serviços, de recursos e infraestruturas, ordenados de forma que ofereçam vantagens ao cliente, que consigam satisfazer suas motivações e expectativas, e que estejam disponíveis para serem consumidos pelos turistas (BALANZÁ e NADAL, 2003 p. 68).

Assim, é possível observar a complexidade da atividade turística, uma vez que o turista estrangeiro passa por várias vias de acesso, aeroportos, rodoviárias, hotéis, etc., a fim de que possa visitar todos os atrativos de seu interesse. Logo, existe a necessidade da gestão integrada destes produtos, para que se possa manter um padrão mínimo de qualidade nos serviços e nas estruturas oferecidas.

De acordo com Barbosa (2005), considerando os bens como tudo aquilo que pode ser ofertado, há quatro grupos de bens e serviços que podem compor o produto turístico. O primeiro grupo é constituído pelos bens livres, exemplificado pelo clima, paisagens, relevo, entre outros; o segundo, é constituído pelos bens imateriais, como as tradições, a cultura e o exotismo; o terceiro grupo é composto pelos bens turísticos básicos, e correspondem à principal motivação da viagem, como os monumentos, as estações

termais, os museus, entre outros lugares; no quarto grupo estão os bens e serviços turísticos, produzidos exclusivamente pelo homem como, por exemplo, os meios de transporte, a hospedagem, as vias de comunicação, entre outros.

Ignarra (2003) subdivide os recursos turísticos em escassos e livres. Os escassos são os recursos naturais como o solo, a água e a fauna. Os considerados livres são o clima, as tradições e o modo de vida da comunidade anfitriã. O autor afirma ainda que o turista precisa da combinação de recursos escassos e livres para satisfazer sua necessidade de consumo.

Segundo Dias (2005), os recursos turísticos são o principal suporte da atividade turística e a base para o planejamento do turismo de uma localidade, já que, por meio deles, acontece a transferência da renda recebida para os demais setores da economia local.

Métodos de Estudo da Oferta Turística

Nesta parte, apresentam-se os principais métodos de estudo da oferta e os eventos que contribuíram para a uniformização dos estudos turísticos. Aborda-se, também, como parâmetro para a definição das atividades características de turismo, a metodologia estatística uniforme para cálculo do valor interno bruto do setor de turismo.

Segundo Viegas ([S.I.]), houve duas conferências que trouxeram importantes contribuições para as estatísticas em turismo: a Conferência sobre Comércio e Desenvolvimento, de 1971, cujo relatório sugeriu as principais atribuições de um Sistema Nacional de Estatísticas do Turismo, como a de fornecer informações sobre a oferta dos serviços utilizados pelos turistas, permitindo o conhecimento do impacto do turismo na economia; e a Conferência Internacional de Estatísticas do Turismo, organizada pela OMT, em 1991, que trouxe algumas recomendações, como o desenvolvimento de definições uniformes, e um sistema de classificação turístico. Foi estabelecida, também, uma metodologia para mensurar o impacto do turismo na economia como meio de promover o diálogo entre os governos e o mercado turístico.

No entanto, de acordo com Lima (2011), no Brasil, apenas a partir de 1958, iniciaram-se os estudos turísticos com a inventariação turística, que significa registrar, relacionar, contar e conhecer os recursos de que se dispõe. A inventariação é o principal método para estudo da oferta cujo

“[...] intuito é dar conhecimento do que um município tem que seja passível de utilização para fins turísticos para embasar as ações de planejamento, gestão, promoção e incentivo à comercialização do turismo [...] (LIMA, 2011 p. 20)”.

De acordo com Santos e Fagliari (2003), com o crescimento e o desenvolvimento das atividades turísticas, veio também o interesse em se mensurar este fenômeno cada vez mais importante na balança comercial dos países. Inicialmente, esta era uma atribuição do setor público, mas o setor privado vem contribuindo com estudos na área.

O Ministério do Turismo conclama a mais ampla participação na execução do inventário. O ato de inventariar apresenta, entretanto, aspectos técnicos, para os quais inventariantes e inventariados devem estar especialmente preparados, sejam os profissionais de turismo e de outras áreas, as comunidades receptoras, os representantes dos municípios e dos estados e a iniciativa privada (LIMA, 2011 p. 20).

De acordo com Cooper et al. (2007), vale a pena destacar como exemplo de estudo sobre a oferta, as metodologias estatísticas uniformes para cálculo do valor interno bruto do setor de turismo, que de acordo com as recomendações internacionais para estatísticas em turismo (RIET) são aceitas para definir quais atividades são características de turismo e quais estão ligadas direta e indiretamente ao produto turístico.

Claro que o setor turístico demorou a reconhecer a importância das definições baseadas na oferta [...] visto que ...[este tipo metodologia]... possibilita uma comparação entre o turismo e os demais setores econômicos, oferece dados importantes para o planejamento e a elaboração de políticas, além de proporcionar uma estrutura conceitual importante para o estudo e a pesquisa do turismo (COOPER et al., 2007, p. 43).

A oferta ainda pode ser observada a fim de se estudar a economia do desenvolvimento turístico do destino, viabilizando o gerenciamento sustentável da atividade, principalmente porque possibilita conhecer os produtos potenciais que a localidade pode introduzir no consumo do visitante. Trigo (2003) defende que

a oferta turística deve ser vista, na verdade, como o estudo do comportamento das empresas que atuam no mercado produzindo um tipo de produto que se relaciona direta e indiretamente com o turismo[...] (TRIGO, 2003, p. 164).

A oferta turística já é alvo de estudos que buscam conhecer o tipo de oferta que o destino possui, a quantidade, a qualidade, entre outras variáveis utilizadas para subsidiar os planejamentos do setor, buscando a satisfação do visitante e o desenvolvimento econômico do destino.

Metodologia

O método hipotético dedutivo ou método de tentativas e eliminação de erros é o procedimento pelo qual se formulam hipóteses para um problema, verificando a sua validade. Este método foi selecionado para a pesquisa, pois segundo Gil (1999, p. 30),

quando os conhecimentos disponíveis sobre determinado assunto são insuficientes para a explicação de um fenômeno, surge o problema. Para tentar explicar as dificuldades expressas no problema, são formuladas conjecturas ou hipóteses. Das hipóteses formuladas, deduzem-se consequências que deverão ser testadas ou falseadas. Falsear significa tornar falsas as consequências deduzidas das hipóteses. Enquanto no método dedutivo se procura a todo custo confirmar a hipótese, no método hipotético-dedutivo, ao contrário, procuram-se evidências empíricas para derrubá-la.

O método hipotético-dedutivo e o indutivo se fundamentam na observação. O método hipotético-dedutivo, no entanto, não se limita à generalização das observações realizadas (GEHRHARDT e SILVEIRA, 2009). Por isso, foi adotado neste estudo o método hipotético-dedutivo, uma vez que existe pouca informação disponível.

Para esse estudo, formulou-se o seguinte problema: se as pesquisas realizadas com base na oferta e os resultados delas obtidos suprem a necessidade de informações que subsidiem o planejamento da atividade turística dos municípios dos destinos indutores.

Num primeiro momento, a técnica empregada foi o levantamento em fontes secundárias (SILVA e MENEZES, 2001), ou seja, realizou-se uma revisão bibliográfica, que contou com obras que contribuiriam para o estudo dos conceitos da oferta turística. Posteriormente, empregou-se a pesquisa primária.

Para a segunda fase, elaborou-se um questionário direcionado aos órgãos municipais de turismo. Este instrumento de coleta contou com sete perguntas sobre a quantidade de estudos turísticos aplicados, tipos de estudo aplicados, escala de importância da realização de pesquisas com a utilização da Escala de Likert (CUNHA, 2007),

frequência de aplicação dos estudos, além da instituição realizadora, e onde são aplicados os resultados obtidos por meio dos estudos aplicados.

Durante o pré-teste, realizado na primeira semana de setembro de 2011, o instrumento de coleta foi enviado para três localidades, a fim de verificar se o questionário era compreensível, visando ao aperfeiçoamento do mesmo. Os órgãos municipais de turismo responderam à pesquisa e nenhum ajuste foi necessário. Ao analisar a realização das pesquisas no setor de turismo, com base na demanda turística, foi necessário selecionar cidades que já apresentassem alguma atividade turística.

O universo escolhido para aplicar a pesquisa foi o Projeto dos 65 Destinos Indutores (BARBOSA, 2010), composto por 584 municípios e 62 regiões turísticas. Como amostra, foram selecionadas 57 localidades, priorizando a representação das regiões turísticas em 85,48%. Com relação ao total de municípios, a amostra representou 9,76%. A pesquisa foi aplicada em setembro e outubro de 2011, e somente 30% da amostra selecionada responderam ao questionário. As informações coletadas foram suficientes para uma análise qualitativa, porém não adequadas para inferência estatística devido ao baixo índice de respostas.

Houve um caso discrepante, pois no questionário havia a orientação sobre como preencher as perguntas, especificando que o entrevistado deveria assinalar somente uma alternativa, o que não ocorreu. A maior parte dos entrevistados assinalou mais de uma alternativa em todas as questões, o que inviabilizou o cruzamento de algumas informações.

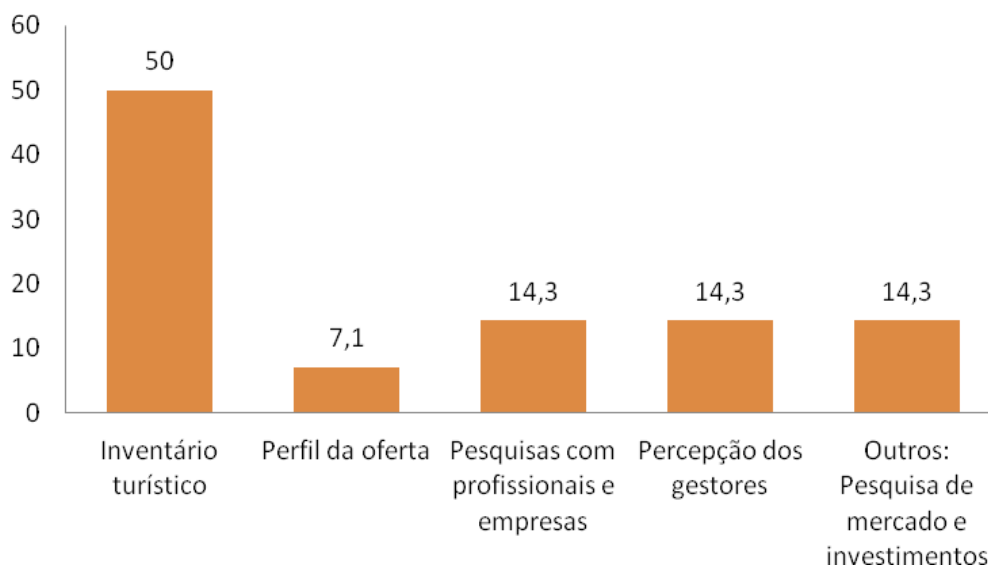
Os dados foram tabulados, de acordo com as respostas obtidas nos formulários, transformados em porcentagem, e organizados por regiões geográficas do país.

Apresentação e Análise de Dados

Os dados são apresentados em gráficos de barras ou em gráficos de setores e estão na seguinte sequência: Tipos de Estudos Aplicados, Escala de Importância de Aplicação das Pesquisas, Periodicidade de Aplicação, Entidade Realizadora da Pesquisa e Aplicação de Resultados Obtidos.

O gráfico abaixo demonstra os tipos de pesquisa realizados com base na oferta. A tabulação das informações foi efetuada de acordo com a quantidade de estudos informados por cada município e, depois de somadas, foram convertidas em porcentagens.

GRÁFICO 1 – Tipologia de estudos realizados com base na oferta



FONTE: A autora (2011)

Com 50%, o levantamento mais realizado é o inventário da oferta turística. Lembrando que, de acordo com Cooper et al (2007), a oferta turística é todo o bem que pode ser consumido pelo turista, como transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, lembranças, entre outros.

O fato de que este seja o estudo mais frequente na área pode estar associado a uma capacitação em inventariação realizada pelo Ministério do Turismo, através do projeto Invitur⁴, que visava a conhecer toda a oferta da localidade, servindo de instrumento solidificador de informações para planejamento, além de legislação que prevê a necessidade da realização deste em algumas localidades.

Lima (2011) afirma que, por meio do inventário, conhece-se a quantidade de produtos ou empresas, telefones, endereços e, em alguns casos, classificam-se os estabelecimentos de acordo com os preços praticados, por exemplo, na hotelaria.

De acordo com Ignarra (2003), a oferta turística ou os recursos dividem-se em escassos e livres, sendo os escassos os recursos naturais, e os livres, o clima e as tradições. A combinação de ambos compõe o produto turístico, que pode ser estudado não somente

⁴ http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/inventario.html

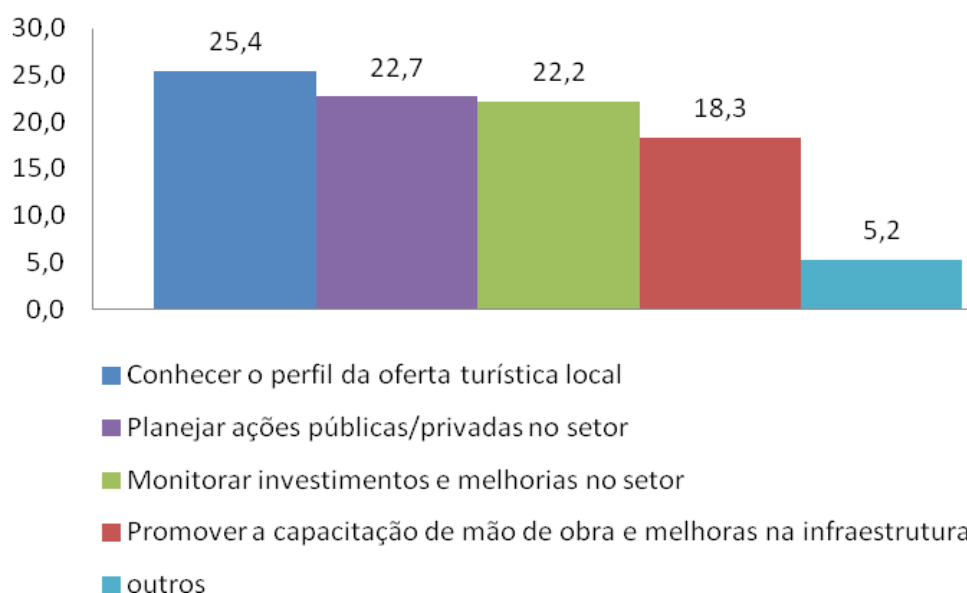
através do inventário, que tende unicamente a catalogar os recursos de uma localidade, mas também por outros tipos de pesquisa mais específicos, por exemplo, o estudo do perfil dos serviços dos meios de hospedagem, ou perfil da mão de obra empregada.

Com 14,3%, realiza-se a pesquisa com profissionais e empresas, cujas informações podem ser empregadas para buscar formas de aperfeiçoar a mão de obra. Também com 14,3% estuda-se a percepção dos gestores, utilizado como um termômetro para verificar o andamento dos negócios do setor turístico; para outros, com 14,3%, foi informada a pesquisa de mercado e investimentos, que também fornece informações sobre os fluxos de negócios.

O estudo do perfil da oferta obteve somente 7,1% das respostas. Através deste tipo de levantamento, foi possível detalhar as informações sobre a qualidade de serviços oferecidos, a qualificação de funcionários, o segmento de mercado em que atuam.

Num questionamento, solicitou-se aos entrevistados que relacionassem de 5 a 1 a importância de se realizar pesquisas com base na oferta, sendo 5 para a opção que consideram mais importante e 1 para a menos importante. Depois de tabuladas as respostas, foram calculadas as médias ponderadas para cada alternativa.

GRÁFICO 2 – Escala de Importância na realização de estudos com base na oferta



FONTE: A autora (2011)

Como se pode verificar pela amostra acima, com média de 25,4 afirmou-se que conhecer o perfil da oferta turística local é mais importante. No entanto, foi o tipo de levantamento menos realizado, como foi visto no gráfico anterior, lembrando ainda que,

de acordo com Balanzá e Nadai (2003), a oferta é a combinação de bens e infraestrutura disponíveis para o turista.

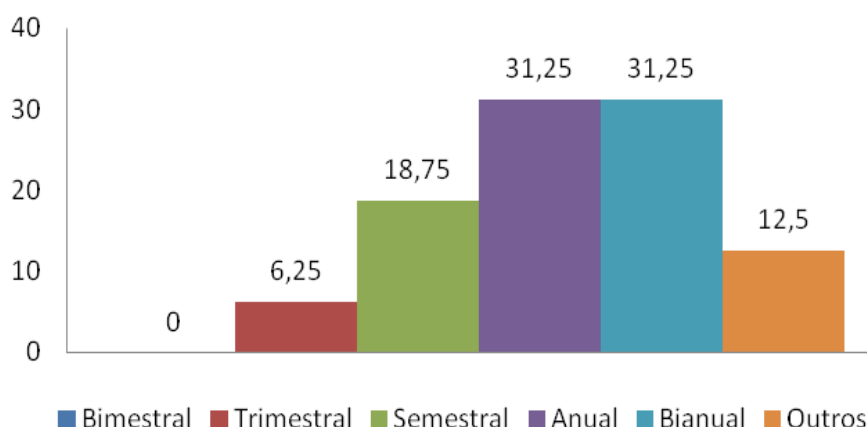
A nota 4 foi atribuída para a alternativa – planejar ações públicas e privadas – com média de 22,7. Se considerarmos a oferta como um amplo leque que abrange os três setores da economia, envolvendo transportes, setor bancário, instalações e construções civis e bens agrícolas para a alimentação (BENI, 2000), não será suficiente a utilização do inventário, destacado na análise anterior como principal método de pesquisa da oferta, para subsidiar o planejamento do setor.

Em seguida, com nota 3, classificou-se a alternativa – monitorar investimentos e melhorias no setor – com média de 22,2. Isso seria possível através do desenvolvimento da metodologia estatística uniforme para cálculo do valor interno bruto do setor de turismo, que, de acordo com Cooper et al (2007), torna possível a comparação do turismo com outras atividades econômicas.

Promover a capacitação de mão-de-obra e melhorias na infraestrutura esteve entre as menos importantes, com nota 2, e média de 18,3. Ou seja, novamente para estas duas ações é necessário um estudo mais específico sobre a oferta. De acordo com (VIEGAS, [S.I.]), os estudos turísticos devem fornecer informações sobre a oferta de alojamento e outros serviços utilizados pelos turistas para o Sistema Nacional de Estatísticas.

O gráfico seguinte demonstra a periodicidade com que são realizadas as pesquisas com base na oferta.

GRÁFICO 3 – Periodicidade com que são realizadas as pesquisas com base na oferta



FONTE: A autora (2011)

As periodicidades mais frequentes, com 31,25% cada, são a anual e a bianual, e podem estar relacionadas às atualizações dos inventários, cujo objetivo é conhecer o que um município tem que seja passível de utilização para fins turísticos, para embasar a gestão, promoção e incentivo à comercialização do turismo (LIMA, 2011).

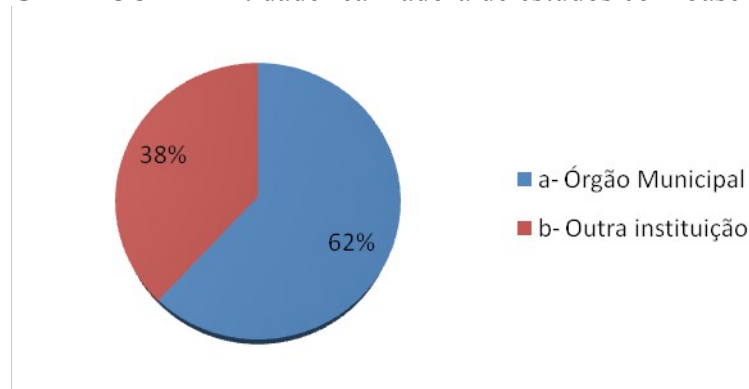
De acordo com Barbosa (2005), a oferta turística está subdividida em quatro grupos: bens livres, bens imateriais, bens turísticos básicos e bens e serviços turísticos. A noção da multiplicidade de recursos envolvidos na produção turística e a velocidade com que se alteram demandam monitoramento constante para acompanhar as suas mudanças.

Com 18,75%, está o período semestral; com 12,5%, outros períodos não informados, e com 6,25%, o intervalo trimestral. Isso demonstra que o interesse em se pesquisar o recurso turístico – o suporte para a concretização da atividade turística, que impulsiona a geração de emprego e renda (DIAS, 2005) – é inversamente proporcional ao interesse em se realizar o monitoramento periódico da atividade.

Então, se a frequência com que se obtêm as informações não representa o atual cenário do local, os dados serão obsoletos para planejamento e, portanto, podem ocasionar decisões errôneas e, inclusive, investimentos em projetos que provavelmente não darão bons resultados.

O gráfico abaixo destaca informações sobre a realização das pesquisas, com base na oferta, se por órgão municipal de turismo ou outras instituições.

GRÁFICO 4 – Entidade realizadora de estudos com base na oferta



FONTE: A autora (2011)

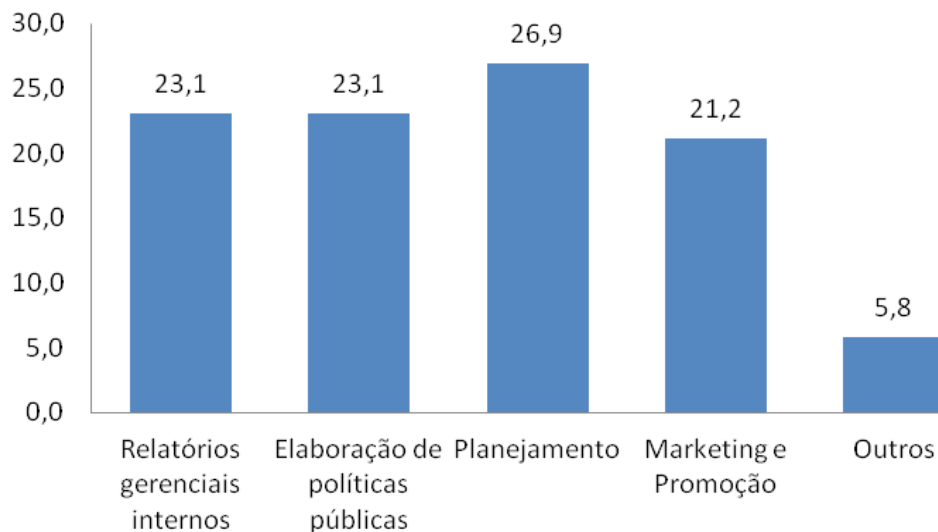
Somente 38% dos municípios realizam estudos com base na oferta através de outras instituições como universidades, institutos, Ministério do Turismo e Secretarias de Estado; 62% declararam que atribuem essa função ao seu órgão municipal de turismo.

O setor público, quando realiza estudos turísticos, busca ter dados que subsidiem somente as políticas do setor (SANTOS e FAGLIARI, 2003). Por outro lado, o setor privado necessita de dados para ações de mercado. Assim, as necessidades são diferentes, o que impulsiona as instituições privadas para que realizem suas próprias pesquisas, quebrando o paradigma de que o governo é o único que possui o dever de realizá-las.

Percebe-se, então, que o investimento nas pesquisas de oferta ainda é pequeno, devido à periodicidade de realização em que deve ocorrer e o capital humano empregado. Mas, isso não se compara aos benefícios que podem ser alcançados.

Nesse instrumento de pesquisa, foi adicionada uma questão com o intuito de conhecer onde são aplicados os estudos com base na oferta. O gráfico a seguir apresenta os resultados.

GRÁFICO 5 – Aplicação dos dados obtidos das pesquisas com base na oferta



FONTE: A autora (2011)

Os dados oriundos de estudos da oferta são mais utilizados para planejamento do setor, com 26,9% e, de acordo com Trigo (2003), a oferta turística deve ser vista como o estudo do comportamento das empresas que atuam no mercado, produzindo bens e serviços que se relacionam direta e indiretamente com o turismo. Logo, é questionável

se a qualidade dos dados obtidos é suficiente para a gestão do setor, atentando ainda para a periodicidade de aplicação de estudos relatada, que foi anual e bianualmente.

Na sequência, foram apontados a elaboração de políticas públicas e relatórios gerenciais, com 23,1% cada, com igual relevância no planejamento.

Em marketing e promoção, apenas 21,2% usam informações de estudos de oferta, o que pode estar relacionado ao fato de que muitas das estratégias de marketing estão focadas na demanda; 5,8% informaram outros fins, que não foram declarados. A atividade turística aumenta a renda do local visitado, via entrada de divisas bem como em operações de exportação. Por isso, há a necessidade de se mensurar a oferta. Através desse estudo, pode-se conhecer o perfil e efetuar, com estas informações, o planejamento estratégico para o desenvolvimento dos destinos.

Considerações Finais

A pesquisa de campo viabilizou a análise das pesquisas realizadas com base na oferta, enfatizando principalmente as questões que levantaram o tipo de estudo mais utilizado pelos municípios que participaram da pesquisa, bem como a utilização dos seus resultados. Elas possibilitaram observar que o inventário turístico é o tipo de levantamento mais realizado e seus resultados podem ser utilizados para o planejamento turístico e a elaboração de políticas públicas.

Quando se buscou compreender o que era mais importante conhecer, através dos estudos com base na oferta, a resposta com a maior média (25) foi a alternativa conhecer o perfil da oferta turística; no entanto, é realizada, basicamente, a inventariação turística.

Estudos segmentados, aplicados particularmente em um setor como, por exemplo, no perfil dos meios de hospedagem ou no das agências, podem ter objetivos mais específicos, como conhecer a qualidade de atendimento das agências, ou, ainda, os serviços oferecidos pelos meios de hospedagem, originando informações sobre o comportamento destas empresas no mercado, conforme observou Trigo (2003).

Em síntese, os municípios receberam uma capacitação sobre o inventário, para que a coleta de informações fosse padronizada. Além disso, existe legislação que prevê a realização desse estudo, e o funcionamento desse mecanismo é efetivo. Com



treinamento e políticas públicas adequadas, é possível inserir outros métodos de estudo, fornecendo informações mais consistentes para que sejam utilizadas como base no planejamento turístico municipal ou regional.

Recomenda-se que, para um próximo estudo, a pesquisa primária seja aplicada em formato de entrevista *in loco*, de preferência com o auxílio de documentos sobre as pesquisas, assegurando, assim, a fidedignidade dos resultados.

Sugere-se, ainda, como tema a ser estudado – As principais dificuldades para a realização de estudos turísticos – a fim de evidenciar os problemas mais comuns e apresentar as soluções. Desse modo, é possível que o sistema nacional de estatísticas seja mais efetivo, servindo como base sólida, buscando tornar a oferta turística mais competitiva para encontrar recursos para uma gestão mais sustentável.

Referências

BALANZÁ, Isabel Mílio e NADAL, Monica Cabo. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BARBOSA, Fabiana Fonseca. O Turismo Como um Fator de Desenvolvimento Local e/ou Regional. **Caminhos de Geografia – Revista on line**, Minas Gerais, V. 10 (14), p. 107-114, fev. 2005.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** –Relatório Brasil 2010. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000.

CUNHA, Luísa Margarida Antunes da. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes**. 2007. 78 f. Dissertação (Mestrado em Probabilidades e Estatística) – Universidade de Lisboa – Faculdade de Ciências – Departamento de Estatística e Investigação Operacional. Lisboa, Portugal.

COOPER, Chris et al. **Turismo, princípios e práticas**. Tradução de Alexandre Salvaterra. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

GEHRHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LIMA, Ana Clévia Guerreiro. **Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo. Como Aprender, Como Ensinar**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; FAGLIARI, Gabriela Scuta. Práticas e usos da estatística no turismo. **RETUR Revista Eletrônica de Turismo**, Campo Largo, v. 2, n. 2, p. 7, 2003.

VIEGAS, Maria Margarida Viçoso de Arrais. As Estatísticas do Turismo e Uniformização de Conceitos, Algarve, Portugal, p. 2-14, [S.I.], [S.I.]. Disponível em: <<http://tinyurl.com/cwep6ow>>. Acesso em: mar. de 2012.