

ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO



DETERMINANTES DA DEMANDA DOS TURISTAS QUE VIAJAM PELO BRASIL

PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTRO DO TURISMO

Walfrido dos Mares Guia

SECRETÁRIO EXECUTIVO

Márcio Favilla Lucca de Paula

SECRETÁRIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Maria Luisa Campos Machado Leal

SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO

Airton Nogueira Pereira Junior

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Pedro Gabriel Wendler

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES MULTILATERAIS

Fernanda Maciel Mamar Aragão Carneiro

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES SUL-AMERICANAS

Patric Krahl

GESTÃO TÉCNICA

Adriane Correia de Souza

Camila de Moraes Tiussu

Clarice Mosele

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS

Lucia Carvalho Pinto de Melo

Presidenta

Lélio Fellows Filho

Chefe da Assessoria Técnica

COORDENADORA RESPONSÁVEL

Lúcia Helena Salgado

Universidade Estadual do Rio de Janeiro - UERJ

APRESENTAÇÃO

Nos últimos quatro anos, o turismo brasileiro vem respondendo aos desafios representados pelas metas do Plano Nacional do Turismo. Governo Federal, empresários, terceiro setor, estados e municípios trabalharam juntos para colocar em prática uma nova política para o turismo. Pela primeira vez na história, o turismo tornou-se prioridade de Governo, com resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País.

O Ministério do Turismo contabiliza muitas vitórias conquistadas: a ampliação da oferta de roteiros turísticos de qualidade; aumento dos desembarques nacionais; incremento no número de estrangeiros visitando o País; aumento dos investimentos diretos; elevação na entrada de divisas e geração de renda e empregos para os brasileiros.

No entanto, algumas reflexões se impõem sobre o futuro do turismo brasileiro. Um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo e as transformações da economia mundial trazem novas e desafiadoras exigências para todos, sem exceção. Dentre elas, a de que é necessário assegurar os interesses nacionais e um desenvolvimento sustentado e sustentável. Como fazer isso em longo prazo? E mais: qual o padrão de concorrência vigente no mercado internacional; qual estratégia o turismo brasileiro deve assumir para competir; qual o melhor modelo de desenvolvimento para o turismo no País; quais as oportunidades estão colocadas para as empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, que ameaças existem para elas nesse mercado? Finalmente, o desafio maior: como promover uma inserção ativa e competitiva do turismo brasileiro na economia mundial?

Buscando analisar esse cenário e encontrar respostas aos desafios que ele coloca, o Ministério do Turismo realizou um trabalho junto com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), que resultou neste rico material. Os Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial reúnem o trabalho de grandes especialistas de vários centros de pesquisa do Brasil.

Os Estudos foram idealizados com o objetivo de incentivar o debate sobre os rumos do turismo brasileiro, considerando seus principais aspectos e segmentos. O Brasil é aqui comparado com casos internacionais de sucesso para fazer face aos desafios que se põem: as novas tecnologias, as alianças estratégicas, fusões, aquisições e o processo de concentração, o fortalecimento e a internacionalização de nossas empresas, a sustentabilidade ambiental e a preservação das culturas locais.

O Ministério do Turismo convida todos os agentes do setor a uma ampla discussão para a construção coletiva e democrática de um futuro Programa de Competitividade Para o Turismo Brasileiro. As bases para este futuro sustentado estão aqui, nestes Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial para o Turismo.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

NOTA:

O presente documento é propriedade do Governo Federal e é disponibilizado gratuitamente para avaliação dos profissionais do turismo brasileiro. Seu objetivo é ampliar o debate nacional sobre o futuro do setor, assim como de fomentar a pesquisa nesse campo do conhecimento, consistindo numa *versão preliminar*, que deverá sofrer alterações ao longo do primeiro semestre de 2007, incorporando sugestões e críticas a partir de debates com agentes selecionados do turismo brasileiro. Seu conteúdo não representa a posição oficial do Ministério do Turismo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.

Determinantes da Demanda dos Turistas que Viajam pelo Brasil

Alessandro Vinícius Marques de Oliveira¹

Moisés Vassallo²

¹ Economista (Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, 1994), PhD em Economia pela University of Warwick (2004), Tese agraciada com o primeiro lugar no prêmio Haralambos Simeonidis, da Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação (ANPEC) em Economia (2006), Mestre em Transporte Aéreo e Aeroportos pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica (2000), Coordenador do Núcleo de Estudos em Competição e Regulação do Transporte Aéreo (NECTAR), Criador e pesquisador responsável pelo Laboratório de Transporte Aéreo do ITA (LABTAR), o primeiro laboratório da América Latina exclusivamente dedicado a pesquisa, ensino e treinamento em transporte aéreo, Professor Colaborador do Instituto Tecnológico de Aeronáutica.

² Mestrado Stricto Sensu Núcleo de Estudos em Competição e Regulação do Transporte Aéreo - Engenharia de Infraestrutura Aeronáutica - Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA). Economista, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA-USP. FIPE-USP (Desde 02-2001). Projetos em Turismo: Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – FIPE / Embratur (2002/2006); Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil – FIPE / Embratur (2004 a 2006); Conta Satélite do Turismo – FIPE / Embratur (2002); Estudo Sobre o Turismo Praticado em Ambientes Naturais Conservados – FIPE / Embratur (2002); Avaliação do Impacto Econômico da Realização do Grande Prêmio de Fórmula 1 na Cidade de São Paulo – FIPE / TV GLOBO e Prefeitura do Município de São Paulo (2004); Caracterização da Demanda e Dimensionamento de Impactos Econômicos das Viagens de Cruzeiros Marítimos no Brasil – FIPE / IPETURIS (2006); Palestrante nos cursos Teorometria e Econometria para as turmas de Turismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – graduação e pós-graduação stricto e lato sensu.

1. Introdução

A atividade do Turismo no Brasil, segundo o estudo da Conta Satélite do Turismo, desenvolvido pela FIPE para a Embratur em 2001, responde por cerca de 2,0% do PIB do País – desconsiderada a formação bruta de capital³ –, podendo alcançar 2,5% com sua inclusão. Adotando-se, então, como hipótese, que sua participação no PIB seja de 2,0%, tem-se que a partir do PIB em moeda corrente do mesmo ano (1.198 bilhões), o PIB turístico no País seria o equivalente a R\$ 23,974 bilhões no ano de 2001.

Desta forma, o turismo no Brasil se destaca como uma atividade bastante importante na geração de valor adicionado, posicionando-se dentre os 15 maiores setores geradores de renda. De acordo com dados do Sistema de contas nacionais do IBGE e da Conta Satélite do Turismo para o ano de 2001, o setor estaria à frente de setores importantes como Siderurgia, Metalurgia, Fabricação de Automóveis e Indústria de Vestuário. Dados comparativos detalhados da formação de renda pelo turismo e demais atividades podem ser encontrados no Apêndice 1.

No mesmo sentido, nos últimos dois anos (2004/2005), no que tange ao setor externo, a arrecadação de divisas do turismo tem respondido por cerca de 25% do total de receitas da conta serviços, e por 2,5% da conta de transações correntes do balanço de pagamentos do País (composição da balança de pagamentos no apêndice 2). Isto garante ao turismo uma posição de destaque dentre os itens de exportação do País. Em 2005, segundo dados do Banco Central, o turismo, na forma das receitas da conta viagens internacionais, arrecadou mais divisas que setores como produção de aviões, café e papel e celulose.

Quanto ao emprego, por se tratar de uma atividade basicamente prestadora de serviços, o turismo se caracteriza naturalmente como um setor intensivo em mão de obra, com a vantagem de requerer pessoal de um amplo espectro de qualificação, inclusive aqueles de menor nível de escolaridade.

³ Formação Bruta de Capital (FBK) e Inversões Financeiras: investimentos efetuados para ampliar o estoque de capital e a produção de setores produtivos característicos, conexos ou complementares do Turismo; Importante indicador da evolução da oferta de equipamentos turísticos como hotéis e atrativos construídos.

No setor de hospedagem, segundo pesquisa de Meios de Hospedagem, realizada pela parceria SEBRAE, Embratur e FIPE, para cada R\$ 16 mil em produção um novo emprego é requerido; enquanto que em setores como construção civil e têxtil, é preciso um aumento de produção de cerca de R\$ 28 mil para se gerar um novo emprego, outros setores como o de siderurgia, por sua vez, precisam de cerca de R\$ 68 mil gerados para um novo emprego (Apêndice 3).

No Brasil, segundo a Conta Satélite do Turismo, contabiliza-se, em 1999, a geração de 1,63 milhões de empregos diretos e outros 0,75 milhões indiretos, totalizando cerca de 2,4 milhões de pessoas empregadas nesta atividade, ou seja, o equivalente a 3,3 % da PEA empregada no País.

Não obstante sua importante participação no PIB brasileiro, na arrecadação de divisas e na geração de empregos, o Brasil ainda atrai uma pequena parcela do turismo mundial. Enquanto no ano de 2005, o País se encontrava na posição de 10º maior PIB do mundo, com cerca de 1,8% da produção total mundial, no mesmo ano, em termos viagens internacionais, o País recebeu apenas 0,7% do total de 808 milhões de turistas do mundo, e no ano de 2004 ocupava uma modesta 39ª posição no ranking mundial.

É no sentido de se conseguir melhores indicadores ao nível mundial e participação da atividade do turismo no produto interno do Brasil, que se propõem as análises dos determinantes do consumo turístico para o brasileiro e para o estrangeiro que visita o país. Através do conhecimento de como os indivíduos escolhem suas atividades de lazer e suas preferências turísticas, pode-se, planejar políticas de investimento e atração mais eficientes.

2. DETERMINANTES DA DEMANDA PELO TURISMO DOMÉSTICO

O presente estudo propõe um modelo comportamental de escolha relacionado a viagens turísticas, como forma de efetuar um mapeamento microeconômico das preferências e do perfil do turista brasileiro. A partir de uma abordagem Teométrica – isto é, de modelos econométricos aplicados ao Turismo – e utilizando uma Base de Microdados recentemente coletada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, FIPE para o Ministério do Turismo, o presente trabalho se propõe a investigar o comportamento do turista nacional a partir dos seguintes modelos: modelo de determinação das viagens domésticas, rotineiras, de excursão e internacionais; e modelo de determinação da escolha do destino turístico.

2.1. BASE DE DADOS

O estudo teorométrico de mapeamento do processo de decisão do consumo turístico conta com duas principais fontes de dados: os microdados provenientes da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2006 Mtur / Fipe e dados de atributos das cidades de destino do Guia 4 Rodas *On-Line*. Também fará parte do banco de dados o número de habitantes de cada destino brasileiro obtido das informações do Censo IBGE.

2.1.1. Microdados Provenientes da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil

Realizada em 2006, pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) para o Ministério do Turismo, esta pesquisa resultou na geração de uma rica Base de Microdados – informações desagregadas ao nível do indivíduo – sobre o consumo turístico das famílias. Esta pesquisa foi o resultado de entrevistas em 37.313 domicílios em 112 cidades do País.

A Base de Microdados conta com uma amostra representativa em termos regionais abrangendo 112 das 137 mesoregiões definidas pelo IBGE no Brasil, e em termos de estratos de renda da população urbana com amostras mínimas de 30% em cada um dos três estratos pré-definidos, conforme pode ser apurado pela Tabela 1:

Tabela 1 – Amostra Segundo a Renda Familiar

Renda Mensal Familiar	Proporção da Amostra (%)	Número de Observações
De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00	35,4	13.199
De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	36,3	13.555
Acima de R\$ 5.250,01	28,3	10.559

Esse critério, que evidentemente não está de acordo com as proporções da distribuição por classes de renda das famílias brasileiras, foi adotado para garantir significância estatística nos resultados das famílias que pertencem às classes de rendas mais altas, que embora sejam a menor parcela da população brasileira representam as famílias com maiores propensões a

viajar, e por isso foram perseguidas para compor a amostra em proporção maior que sua parcela na população. Uma tabela com a amostra detalhada se encontra no apêndice 4.

Como visto, a amostragem não foi definida pelo critério de proporcionalidade. Em função disso, para a obtenção de resultados representativos da população brasileira faz-se necessário adotar-se critérios de ponderação dos resultados obtidos em cada estrato da amostra para então se ter resultados consistentes com a população brasileira⁴.

Na Tabela 2 é apresentado um dos principais atributos que determinam a decisão de viajar do indivíduo, a sua renda familiar. Na classe de renda mais baixa apenas 29,0% das famílias entrevistadas realizaram algum tipo de viagem, seja ela rotineira, excursão, internacional ou doméstica, por sua vez na classe de renda mais alta quase 80% das famílias realizaram pelo menos uma viagem no ano de 2005.

Tabela 2 – Proporção de Famílias que Viajam por Classe de Renda

Proporção de Famílias que Viajam por Classe de Renda na Amostra (%)				
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00	Acima de R\$ 10.500,00
Viajou	29,0	50,4	69,4	79,7
Não Viajou	71,0	49,6	30,6	20,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Os diferentes tipos de viagens a serem considerados nos modelos propostos neste estudo são:

- **Viagens rotineiras:** ou seja, aquelas que se realizam com regularidade a uma mesma destinação distinta de seu entorno habitual. Caracteriza-se como viagem rotineira

⁴ Os resultados representativos da população brasileira devem ser obtidos do relatório da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil da FIPE para o Ministério do Turismo. As informações aqui apresentadas representam as informações da composição da amostra usada para a elaboração dos modelos de escolha de consumo turístico dos indivíduos e não uma descrição dos resultados da pesquisa expandidos para a população brasileira, o que exigiria a correta ponderação dos resultados por extrato de renda e local de residência do entrevistado.

aquele tipo de viagem onde se realizou pelo menos um pernoite no destino e ocorreu no mínimo 10 vezes durante o ano sendo este destino diferente de seu local de residência ou trabalho. São tipicamente conhecidas como viagens para residência secundária de praia, campo ou montanha ou casa de amigos e parentes, muito embora não exista restrição quanto ao tipo de hospedagem utilizado; este tipo de viagem foi realizado por cerca de 10,4% dos entrevistados.

- **Viagens de excursão (ou viagens sem pernoite):** são aquelas em que o indivíduo se desloca de seu entorno habitual para visitar uma outra localidade, sem que ocorra o pernoite na destinação e a permanência seja inferior a 24 horas. Foram realizadas por 22,5 % dos entrevistados.
- **Viagens internacionais:** em um patamar um pouco mais restrito às famílias pesquisadas, cerca de 4,1% da amostra.
- **Viagens domésticas:** essas são as viagens tipicamente conhecidas como de turismo. Na pesquisa é considerada viagem doméstica a principal viagem realizada no Brasil pela família com pelo menos um pernoite no destino. Realizaram este tipo de viagem 39,4 % das famílias entrevistadas.

2.1.2. Dados Provenientes do Guia 4 Rodas On-Line

Foram obtidos, para a presente pesquisa, dados coletados eletronicamente do Guia 4 Rodas *On-Line*⁵. Com base nesses dados, foi possível compor o quadro de atributos das cidades de destino escolhidas pelos entrevistados na pesquisa FIPE. São caracterizados como atributos turísticos das cidades o número de Atrações, Restaurantes e Hotéis.

Das 1651 cidades citadas como destinos na pesquisa do Turismo Doméstico, 637 estão classificadas no Guia 4 Rodas. Embora não seja a totalidade das cidades visitadas, as que

⁵ Os dados do Guia 4 Rodas estão disponíveis para consulta ao nível das cidades no endereço eletrônico: <http://guia4rodas.abril.com.br/home.shtml>

constam do Guia 4 Rodas são destinos de cerca de 85% das 14.617 viagens contabilizadas no banco de dados.

Os Gráficos 1, 2 e 3 mostram como o número de turistas que uma determinada UF recebe está fortemente correlacionado com o número de atrativos, restaurantes e hotéis que a mesma possui.

Gráfico 1 – Turistas Domésticos Recebidos Correlacionado com o Número de Atrativos

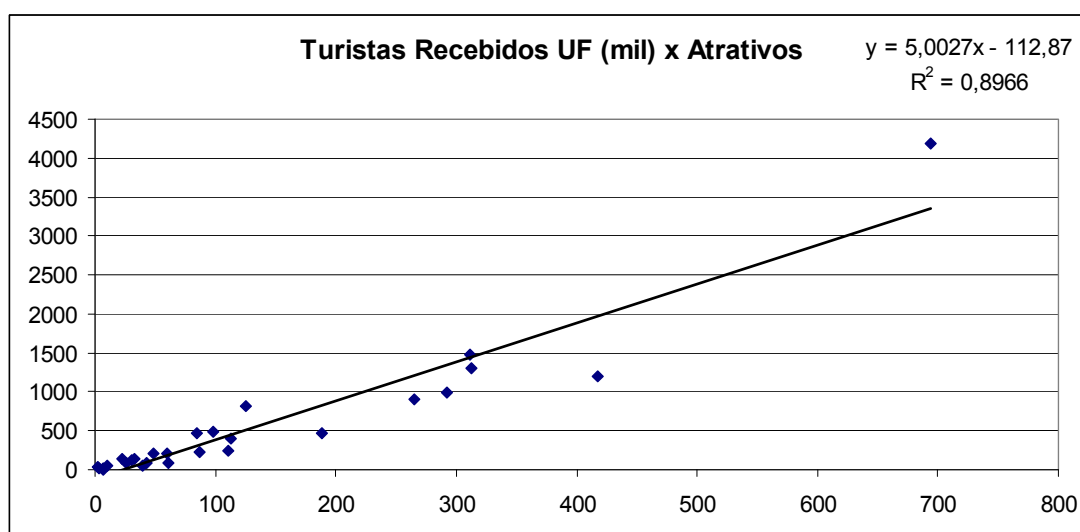


Gráfico 2 – Turistas Domésticos Recebidos Correlacionado com o Número de Restaurantes

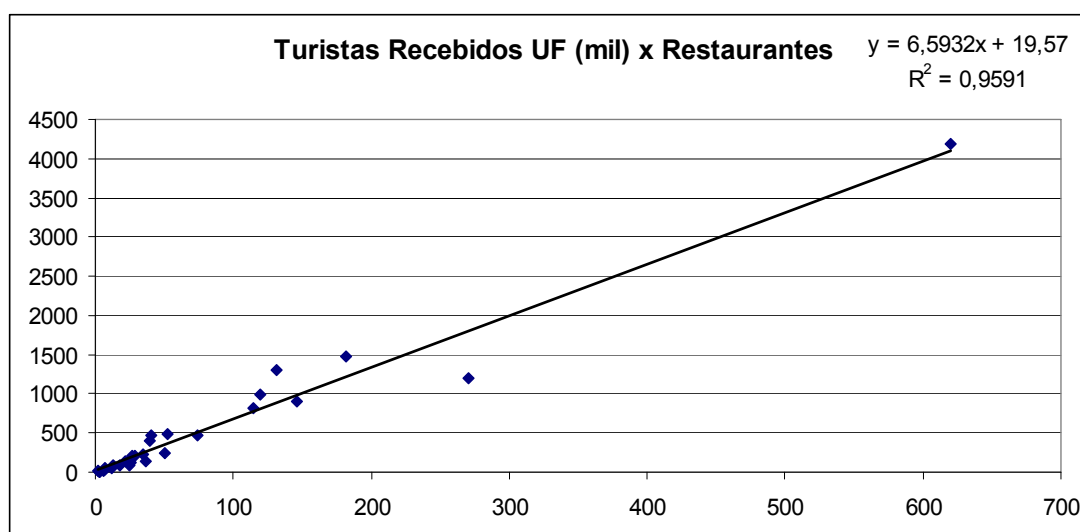
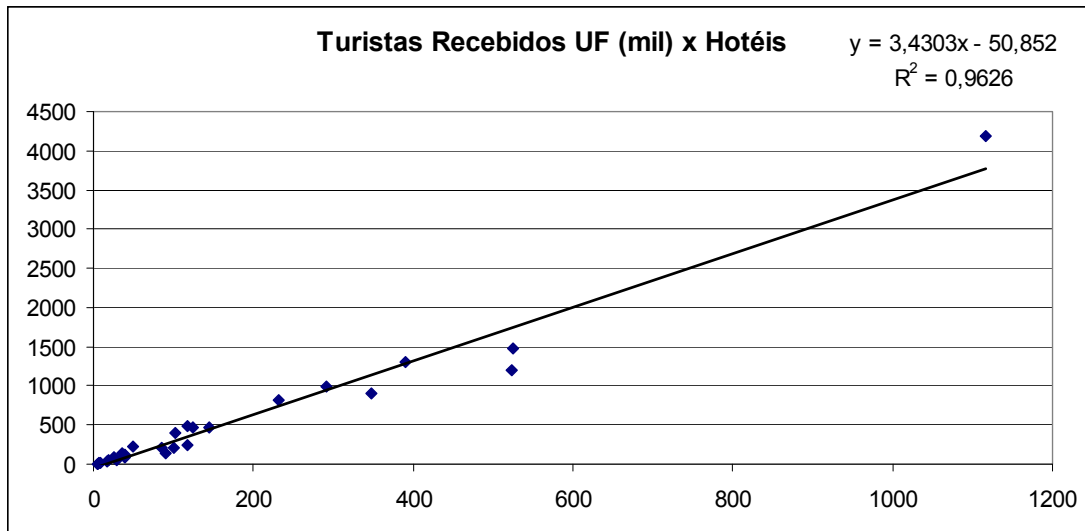


Gráfico 3 – Turistas Domésticos Recebidos Correlacionado com o Número de Hotéis

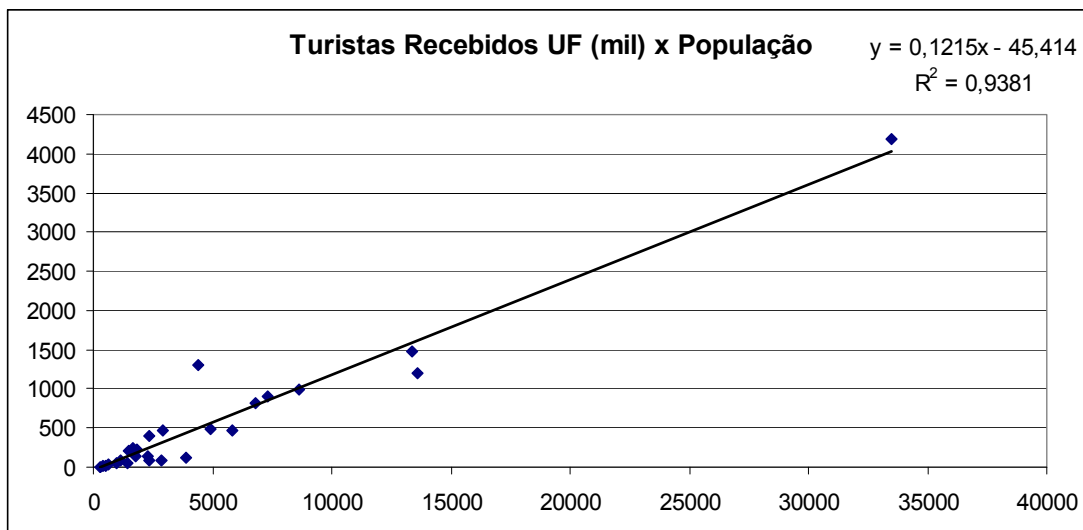


Os atributos Hotéis, Restaurantes e atrativos serão importantes variáveis no modelo de decisão de escolha do destino turístico.

2.1.3. Dados IBGE

Como importante atributo atrativo de turistas foi adicionado à base de dados o número de habitantes de cada cidade. A relação que a população do destino tem com o número de turistas que visitam a cidade pode ser vista no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Turistas Domésticos Recebidos Correlacionado com o a População do Município



2.2. RESULTADOS DO MODELO DE DECISÃO SOBRE A REALIZAÇÃO DE VIAGENS

A **Erro! Fonte de referência não encontrada.** abaixo apresenta um diagrama com um processo de escolha por viagens de um dado viajante em potencial. É com base neste processo de escolha que o presente estudo busca efetuar uma análise das características dos brasileiros determinantes do consumo de turismo e em seguida um modelo das características relevantes das cidades na decisão pela escolha do destino do turista.

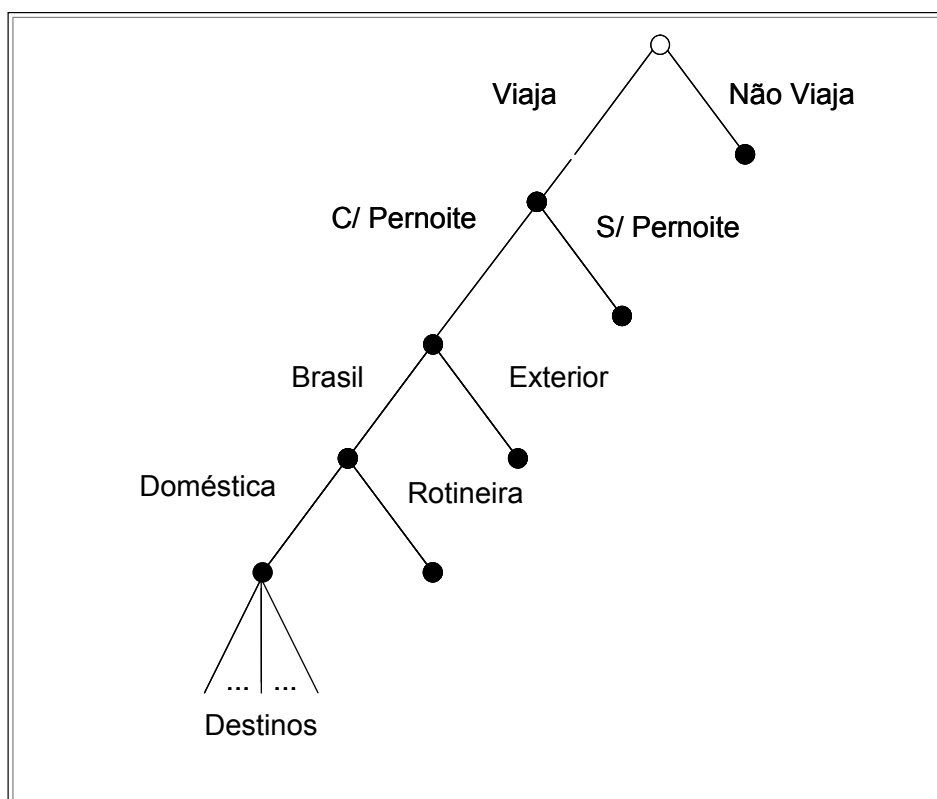


Figura 1 – Processo de Escolha de um Turista

A partir da Base de Microdados da pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico de 2006, elaborou-se modelos de escolha para cada tipo de turismo que o indivíduo pode realizar. O modelo de escolha de viagens foi especificado no seguinte formato:

Decisão de Realizar um Tipo de Viagem = φ (*Atributos Pessoais, Restrição Orçamentária, Hábitos de Viagem, Estilo de Vida*) + ε (1)

Onde φ é uma função baseada em um modelo de escolha (Probit) e ε é um termo residual aleatório. As variáveis da equação (1) são:

- ***Decisão de Viajar***: conjunto de variáveis *dummy* (binárias), atribuídas com o valor 0 caso o entrevistado não tenha realizado um determinado tipo de viagem e 1 caso tenha viajado. As variáveis podem ser indicativas de viagens em geral, viagens com ou sem pernoite, rotineiras ou não, internacionais ou domésticas.
- ***Atributos Pessoais***: variáveis *dummy* representativas da faixa etária do entrevistado em anos de idade (18-24, 25-30, 31-40, 41-50, 51-65, 66 ou mais), da posição familiar do entrevistado (chefe ou cônjuge), e do sexo (masculino ou feminino). Os casos-base dessas variáveis *dummy* foram, respectivamente: 66 ou mais, cônjuge, feminino.
- ***Restrição Orçamentária***: variáveis *dummy* representativas da faixa de renda mensal familiar do entrevistado (“baixa” de R\$ 350 até R\$ 1.400,00, “média-baixa” de R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00, “média-alta” de R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00 e “alta” Acima de R\$ 10.500,00), e uma variável representativa do percentual de gastos com lazer do entrevistado. O caso-base das *dummies* de renda foi o caso de renda alta.
- ***Hábitos de Viagem***: variáveis *dummy* representativas do fato do entrevistado ter realizado algum outro tipo de viagem no período (viagem doméstica, viagem sem pernoite, viagem rotineira com pernoite ou viagem internacional). O caso base é não ter realizado outro tipo de viagem que não o do modelo em questão.
- ***Estilo de Vida***: variáveis *dummy* configuradas de acordo com a resposta do entrevistado à pergunta “Qual a sua principal atividade de lazer no dia-a-dia”. As *dummies* geradas foram: “viajar”, “descansar”, “teatro ou cinema”, “leitura”, “esportes”, “internet”, “TV”.

As Tabelas 3 e 4, apresentam os resultados das estimações da Equação (1):

Tabela 3 – Resultados das Estimações – Desagregação por Tipo de Viagem

Variáveis Independentes	(1) Viagem em Geral	(2) Viagem S/Pernoite	(3) Viagem Rot.C/Pernoite	(4) Viagem Internacional	(5) Viagem Doméstica
<i>Constante</i>	0.936 ‡ (0.115)	-0.607 ‡ (0.156)	-0.597 ‡ (0.176)	-1.921 ‡ (0.186)	0.022 (0.092)
1. Atributos do Viajante					
<i>Idade 18-24</i>	0.452 ‡ (0.069)	0.410 ‡ (0.081)	0.197 * (0.118)	-0.006 (0.123)	0.284 ‡ (0.076)
<i>Idade 25-30</i>	0.316 ‡ (0.064)	0.265 ‡ (0.067)	0.146 (0.094)	-0.001 (0.080)	0.238 ‡ (0.057)
<i>Idade 31-40</i>	0.326 ‡ (0.057)	0.273 ‡ (0.060)	0.094 (0.077)	0.078 (0.072)	0.225 ‡ (0.052)
<i>Idade 41-50</i>	0.241 ‡ (0.051)	0.204 ‡ (0.066)	0.018 (0.075)	0.096 (0.063)	0.201 ‡ (0.043)
<i>Idade 51-65</i>	0.211 ‡ (0.051)	0.172 ‡ (0.049)	0.045 (0.073)	0.130 † (0.057)	0.120 ‡ (0.040)
<i>Posição Familiar de Chefe</i>	-0.029 (0.035)	0.072 * (0.038)	-0.071 * (0.039)	0.204 ‡ (0.060)	-0.007 (0.034)
<i>Sexo Masculino</i>	-0.097 ‡ (0.035)	-0.104 ‡ (0.037)	-0.085 † (0.040)	-0.023 (0.045)	0.000 (0.032)
2. Restrição Orçamentária					
<i>Renda Baixa</i>	-1.120 ‡ (0.070)	-0.417 ‡ (0.063)	-0.993 ‡ (0.061)	-1.323 ‡ (0.102)	-0.778 ‡ (0.062)
<i>Renda Média-Baixa</i>	-0.644 ‡ (0.065)	-0.169 ‡ (0.062)	-0.564 ‡ (0.055)	-0.922 ‡ (0.076)	-0.416 ‡ (0.062)
<i>Renda Média-Alta</i>	-0.228 ‡ (0.061)	-0.015 (0.054)	-0.234 ‡ (0.057)	-0.521 ‡ (0.060)	-0.135 † (0.055)
<i>Percentual de Gastos com Lazer</i>	0.021 ‡ (0.002)	0.003 * (0.001)	0.014 ‡ (0.002)	0.013 ‡ (0.002)	0.016 ‡ (0.002)

Nota: O estimador foi Maximum-likelihood probit, com desvios padrões ajustados para uma clusterização de acordo com o município de domicílio do entrevistado; heteroscedasticidade foi controlada, atribuindo-se ponderação de acordo com a renda familiar uma vez que é comprovado que para as famílias de maior renda a variância do consumo turístico é maior, crescendo proporcionalmente a renda. Efeitos fixos de município de residência e de pesquisador foram controlados eliminando do erro efeitos de variáveis não observáveis correlacionadas com as demais explicativas e que são comuns a todos os indivíduos de uma cidade e à eventuais vieses do pesquisador, e omitidos da Tabela.

Tabela 4 – Resultados das Estimações – Desagregação por Tipo de Viagem (Cont.)

Variáveis Independentes	(1) Viagem em Geral	(2) Viagem S/Pernoite	(3) Viagem Rot.C/Pernoite	(4) Viagem Internacional	(5) Viagem Doméstica
3. Hábitos de Viagem					
<i>Viagem Sem Pernoite</i>			-0.024 (0.064)	0.212 ‡ (0.047)	0.693 ‡ (0.045)
<i>Viagem Rotineira Com Pernoite</i>		0.527 ‡ (0.049)		0.299 ‡ (0.049)	-0.056 (0.066)
<i>Viagem Internacional</i>		0.203 ‡ (0.057)	0.306 ‡ (0.053)		0.350 ‡ (0.075)
<i>Viagem Doméstica</i>		0.691 ‡ (0.045)	0.512 ‡ (0.048)	0.356 ‡ (0.064)	
4. Estilo de Vida					
<i>Primeiro Lazer = Viajar</i>	0.800 ‡ (0.059)	0.045 (0.056)	0.235 ‡ (0.057)	0.197 ‡ (0.071)	0.542 ‡ (0.056)
<i>Primeiro Lazer = Descansar</i>	-0.431 ‡ (0.089)	-0.348 ‡ (0.077)	-0.214 (0.135)	0.006 (0.136)	-0.368 ‡ (0.074)
<i>Primeiro Lazer = Teatro/Cinema</i>	0.201 ‡ (0.075)	0.076 (0.049)	0.024 (0.063)	0.141 † (0.065)	0.264 ‡ (0.087)
<i>Primeiro Lazer = Leitura</i>	0.089 * (0.050)	0.036 (0.052)	0.021 (0.070)	0.107 * (0.058)	0.103 (0.063)
<i>Primeiro Lazer = Esportes</i>	0.259 ‡ (0.050)	-0.053 (0.052)	0.161 ‡ (0.070)	0.022 (0.058)	0.225 ‡ (0.063)
<i>Primeiro Lazer = Internet</i>	0.061 (0.080)	-0.014 (0.101)	-0.133 (0.109)	0.041 (0.125)	0.076 (0.067)
<i>Primeiro Lazer = TV</i>	-0.286 ‡ (0.035)	-0.160 ‡ (0.029)	-0.194 ‡ (0.047)	-0.153 † (0.071)	-0.170 ‡ (0.032)
McFadden Pseudo-R2	0.215	0.218	0.181	0.222	0.197
Número de Observações	31,181	31,046	30,783	29,518	31,227

Nota: O estimador foi Maximum-likelihood probit, com desvios padrões ajustados para uma clusterização de acordo com o município de domicílio do entrevistado; heteroscedasticidade foi controlada, atribuindo-se ponderação de acordo com a renda familiar uma vez que é comprovado que para as famílias de maior renda a variância do consumo turístico é maior, crescendo proporcionalmente a renda. Efeitos fixos de município de residência e de pesquisador foram controlados eliminando do erro efeitos de variáveis não observáveis correlacionadas com as demais explicativas e que são comuns a todos os indivíduos de uma cidade e à eventuais vieses do pesquisador, e omitidos da Tabela.

Os resultados indicam através dos sinais positivos e negativos dos valores estimados a relação que cada variável explicativa tem com a propensão a viajar em cada tipo de viagem. A magnitude do efeito pode ser comparada através dos valores estimados e a sua significância estatística é definida como até 10% quando houver o sinal * ao lado direito do valor estimado, 5% quando houver o sinal ‡ e 1% quando houver o sinal †.

Analisando os resultados da estimação pode se observar como o modelo é fidedigno a situações esperadas de decisão do consumo turístico e também fornece indicativos de investimentos na promoção do turismo:

Em termos gerais, pode-se observar, que quanto maior a idade, menor a propensão a viajar; as exceções a esse fenômeno são as viagens internacionais e rotineiras onde a idade mostrou não ser atributo determinante na decisão por esses tipos de viagens; as viagens turísticas (“viagens domésticas”) são mais intensas dentre os mais jovens, mantendo-se todas as demais variáveis constantes (renda, posição familiar, sexo, hábitos, etc), o que pode acontecer muito provavelmente porque os mais jovens são mais influenciados pelos atributos do “Novo Turismo” não considerado de massa ou rotineiro; As viagens de excursão, ou seja sem pernoites também são fortemente preferidas pelos mais jovens.

Considerando como caso base a classe de renda mais alta, pode-se notar como a renda influencia fortemente as viagens, sobretudo as internacionais. Isto acontece por conta do maior valor monetário associado a estas viagens, fruto da restrição orçamentária do consumidor. Em todos os tipos de viagens, percebe-se que, quanto maior a renda, maior a propensão a viajar e, portanto, tem-se que são todos bens normais (não-inferiores). Nota-se também que quanto maior a parcela de gastos destinada ao lazer pela família maior a propensão a viajar.

Experiências com outros tipos de viagens são fortes indutores de viagens; isto acontece fortemente com as viagens domésticas (“turísticas”): tanto viagens sem pernoite como viagens ao exterior são indutores de viagens domésticas, o que demonstra que os viajantes são impulsionados pela experiência adquirida em outras viagens para realizar turismo doméstico; Essa constatação vai de acordo com o esperado uma vez que a realização de viagens longas está muito atrelada a superação do medo do desconhecido. Neste sentido uma pessoa com constantes experiências de viagens principalmente internacionais se sentirá mais propensa a

realizar viagens domésticas. Outro fato interessante a ser notado é como viagens rotineiras para um mesmo destino não afetam significativamente o consumo de viagens domésticas, embora não significativo o efeito tem valor estimado com sinal negativo o que levanta uma hipóteses a ser testadas em estudos futuros. O teste seria verificar se o turismo rotineiro não é um substituto ao turismo doméstico onde o turismo de massa para uma residência secundária poderia estar substituindo o consumo do turismo doméstico “Novo Turismo”.

Alguns fatores de estilo de vida do viajante condicionam sua propensão para viajar. Em geral, pessoas cujo primeiro lazer é “descansar” ou “assistir TV”, têm menos propensão a viajar do que pessoas cujo primeiro lazer é “teatro ou cinema” e “esportes”. Pessoas que têm na *internet* como fonte primeira de lazer não estão nem mais nem menos propensas a viajar. Este resultado indica como as pessoas com maior vida social e menos introvertidas (esportes e cinema) têm maior propensão a viajar, o que pode sugerir um marketing mais agressivo tentando mudar o habito de pessoas que têm na televisão e na internet suas principais atividades de lazer e por outro lado definir um marketing mais voltado apenas à disputa de destinações aos que tem em vida mais ativa.

Adicionalmente, uma análise desagregada por faixa etária, visando distinguir o comportamento do “Novo Turista” do comportamento do “Velho Turista”, foi realizada, resultados apresentados na Tabela 5.

Os “Novos Turistas” (aqueles com faixa etária mais baixa) têm maior propensão a viajar, *ceteris paribus*, o que pode ser verificado pelo maior valor obtido da constante do modelo. São menos influenciados por restrições relacionados com a renda, e fortemente impulsionados quando o primeiro lazer é “teatro e cinema”. Inclusive, estes veículos de lazer podem ser, assim, considerados alvos potenciais para propaganda de destinos turísticos. Já os “Velhos Turistas”, ou aqueles que tiveram, no passado, alguma influência do Turismo de Massa, tem menor propensão a viajar, são mais influenciados pela restrição orçamentária, e são menos influenciados por formas de lazer cultural, como “teatro e/ou cinema”.

Tabela 5 – Resultados das Estimacões – Desagregacão por Faixa Etária

Variáveis Independentes	(6) Faixa Etária 18-24	(7) Faixa Etária 25-30	(8) Faixa Etária 31-40	(9) Faixa Etária 41-50	(10) Faixa Etária 51-65	(11) Faixa Etária 66+
<i>Constante</i>	1.676 ‡ (0.428)	0.284 (0.347)	0.432 † (0.179)	0.448 † (0.189)	-0.016 (0.181)	-0.600 * (0.308)
<u>1. Atributos do Viajante</u>						
<i>Posição Familiar de Chefe</i>	-0.026 (0.214)	-0.143 (0.122)	-0.038 (0.060)	-0.045 (0.075)	0.048 (0.064)	0.190 * (0.107)
<i>Sexo Masculino</i>	-0.229 (0.226)	-0.162 (0.114)	-0.050 (0.059)	-0.048 (0.060)	0.110 † (0.049)	0.169 * (0.091)
<u>2. Restricão Orçamentária</u>						
<i>Renda Baixa</i>	-0.832 † (0.360)	-0.623 ‡ (0.203)	-0.953 ‡ (0.127)	-1.001 ‡ (0.096)	-0.787 ‡ (0.112)	-0.398 † (0.159)
<i>Renda Média-Baixa</i>	-0.334 (0.329)	-0.166 (0.197)	-0.442 ‡ (0.111)	-0.554 ‡ (0.095)	-0.529 ‡ (0.116)	-0.284 † (0.140)
<i>Renda Média-Alta</i>	-0.130 (0.312)	0.102 (0.215)	-0.157 (0.110)	-0.226 † (0.103)	-0.204 * (0.106)	-0.017 (0.134)
<i>Percentual de Gastos com Lazer</i>	0.014 * (0.007)	0.018 ‡ (0.005)	0.008 ‡ (0.003)	0.016 ‡ (0.003)	0.020 ‡ (0.003)	0.037 ‡ (0.006)
<u>3. Hábitos de Viagem</u>						
<i>Viagem Sem Pernoite</i>	0.983 ‡ (0.191)	0.708 ‡ (0.103)	0.696 ‡ (0.070)	0.819 ‡ (0.065)	0.651 ‡ (0.087)	0.515 ‡ (0.134)
<i>Viagem Rotineira Com Pernoite</i>	-0.160 (0.220)	0.046 (0.129)	-0.124 (0.084)	-0.103 (0.101)	-0.007 (0.076)	-0.121 (0.176)
<i>Viagem Internacional</i>	0.638 * (0.343)	0.765 ‡ (0.174)	0.398 ‡ (0.135)	0.307 ‡ (0.116)	0.222 † (0.111)	0.326 (0.239)
<u>4. Estilo de Vida</u>						
<i>Primeiro Lazer = Viajar</i>	0.700 ‡ (0.230)	0.780 ‡ (0.172)	0.455 ‡ (0.111)	0.592 ‡ (0.094)	0.563 ‡ (0.103)	0.721 ‡ (0.194)
<i>Primeiro Lazer = Descansar</i>	-0.673 * (0.374)	-0.477 † (0.196)	-0.588 ‡ (0.130)	-0.143 (0.169)	-0.411 ‡ (0.128)	-0.177 (0.228)
<i>Primeiro Lazer = Teatro/Cinema</i>	0.632 † (0.266)	0.451 ‡ (0.165)	0.389 ‡ (0.119)	0.198 † (0.098)	0.384 ‡ (0.131)	-0.256 (0.264)
<i>Primeiro Lazer = Leitura</i>	0.005 (0.373)	0.283 (0.212)	0.074 (0.108)	0.086 (0.089)	0.115 (0.115)	0.261 (0.162)
<i>Primeiro Lazer = Esportes</i>	0.172 (0.373)	0.392 ‡ (0.212)	0.199 ‡ (0.108)	0.301 ‡ (0.089)	0.144 † (0.115)	0.367 ‡ (0.162)
<i>Primeiro Lazer = Internet</i>	-0.484 (0.348)	0.033 (0.181)	-0.168 (0.134)	0.312 † (0.151)	0.589 ‡ (0.182)	-1.046 (0.809)
<i>Primeiro Lazer = TV</i>	-0.458 ‡ (0.170)	-0.073 (0.122)	-0.231 ‡ (0.066)	-0.102 * (0.057)	-0.189 ‡ (0.054)	-0.306 ‡ (0.099)
McFadden Pseudo-R2	0.323	0.251	0.225	0.223	0.206	0.217
Número de Observações	1,327	3,042	7,275	8,027	7,787	3,185

Nota: O estimador foi Maximum-likelihood probit, com desvios padrões ajustados para uma clusterizaçãõ de acordo com o município de domicílio do entrevistado; heteroscedasticidade foi controlada, atribuindo-se ponderaçãõ de acordo com a renda familiar uma vez que é comprovado que para as famílias de maior renda a variância do consumo turístico é maior, crescendo proporcionalmente a renda. Efeitos fixos de município de residência e de pesquisador foram controlados eliminando do erro efeitos de variáveis não observáveis correlacionadas com as demais explicativas e que são comuns a todos os indivíduos de uma cidade e a eventuais vieses do pesquisador, e omitidos da Tabela.

2.3. RESULTADOS DO MODELO DE DECISÃO SOBRE O DESTINO DAS VIAGENS DOMÉSTICAS

No intuito de mapear os determinantes da escolha de destinos turísticos desenvolveu-se um modelo de escolha do tipo logit com dados agregados na forma de *share*, ou seja, de participação das destinações no total de viagens domésticas do país.

Para finalidade do estudo aqui desenvolvido, foram agregados de forma ponderada os dados dos questionários, de forma a se construir uma variável denominada de Share, que representa a participação do destino no mercado turístico (representado pelo universo de cidades mencionadas pelos entrevistados). A partir da configuração de uma transformação logística do dado agregado, foi possível construir uma equação representativa de um modelo de escolha logit, de forma a se identificar o conjunto de determinantes da participação dos destinos turísticos. Veja no apêndice 5 como se configurou a função de utilidade indireta para o modelo de escolha de um indivíduo usando dados ao nível agregado de participações de mercado.

O modelo estimado portanto se configura da seguinte maneira:

$$\text{Transformação Logística do Share da Localidade} = f(\text{População, Atrativos, Hoteis, Efeitos Fixos}) + \varepsilon \quad (2)$$

Onde f é a função das variáveis dependentes a ser estimada por Mínimos Quadrados Ordinarios e ε é um termo residual aleatório. As variáveis da equação (2) são:

- **População**: número de habitantes do município de destino, medido pelo IBGE em 2002. Esta variável procura representar o poder de atração que grandes centros possuem, seja o interesse da viagem negócios, visita a parentes e amigos ou apenas lazer.
- **Atrativos**: número de Atrações do destino, medida pelos dados do Guia Quatro Rodas. A variável é usada em um modelo geral no primeiro estágio e em uma interação com os efeitos fixos específicos de cada região no modelo seguinte, objetivando com isso, encontrar particularidades do potencial de atração dos atrativos em cada uma das macro regiões do país.

- **Hotéis:** número de Hotéis do destino, medida pelos dados do Guia Quatro Rodas. Como o número de atrativos esta variável também é usada em um modelo geral no primeiro estágio e em uma interação com os efeitos fixos específicos de cada região no modelo seguinte, objetivando com isso, encontrar particularidades do potencial de atração dos hotéis em cada uma das macro regiões do país.
- **Efeitos Fixos da Região de Destino:** incluído para controle características não observáveis de cada macro região do país, essas características podem ser a proximidade com grandes centros, acessibilidade entre outros.

Os resultados da estimação geral é apresentada na Tabela 6 a seguir:

Tabela 6 – Estimação do *Share* de Turistas Domésticos das Cidades Brasileiras.

Variáveis Independentes	Coeficiente		Nível de
	Estimado	Erro Padrão	Significância
<i>Constante</i>	-8,562	0,123	0,000
<i>População</i>	0,000	0,000	0,762
<u>1. Atrações</u>	0,035	0,009	0,000
<u>2. Hotéis</u>	0,040	0,007	0,000
<u>3. Efeitos Fixos</u>			
<i>Norte</i>	-0,361	0,270	0,181
<i>Nordeste</i>	-0,614	0,169	0,000
<i>Centroeste</i>	-0,129	0,224	0,563
<i>Sudeste</i>	0,305	0,146	0,038
<i>R2 Ajustado</i>		0,293	
<i>Número de Observações</i>		637	

Pode-se observar os efeitos que cada nova atração e hotel possuem na conquista de mais um ponto na transformação logística do share além de possibilitar o cálculo da elasticidade hotel e atrativo segundo a fórmula apresentada no apêndice 5.

Como é de se esperar os coeficientes de atrações e hotéis são significantes e positivos e os Efeitos Fixos tendo o caso base a região Sul apresentam que o sudeste possui características não observáveis mais favoráveis a atração de um maior volume de turistas e o Nordeste uma menor atração devido a não observáveis.

Visando capturar os efeitos específicos de hotéis e atrações para cada uma das macro-regiões brasileiras, foi feita uma interação entre as variáveis Atrações e Hotéis, com as dummies de região. Os resultados são apresentados na Tabela 7 a seguir:

Tabela 7 – Estimação do *Share* de Turistas Domésticos das Cidades Brasileiras – Efeitos Específicos por Região.

Variáveis Independentes	Coeficiente		Nível de Significância
	Estimado	Erro Padrão	
<i>Constante</i>	-9,369	0,139	0,000
<i>População</i>	0,000	0,000	0,261
<u>1. Atrações</u>	0,035	0,009	0,000
<i>Norte</i>	-0,127	0,107	0,236
<i>Nordeste</i>	0,023	0,018	0,201
<i>Centroeste</i>	-0,043	0,036	0,229
<i>Sudeste</i>	0,048	0,012	0,000
<i>Sul</i>	-0,010	0,025	0,697
<u>2. Hotéis</u>	0,040	0,007	0,000
<i>Norte</i>	0,390	0,127	0,002
<i>Nordeste</i>	0,079	0,016	0,000
<i>Centroeste</i>	0,158	0,030	0,000
<i>Sudeste</i>	0,012	0,009	0,219
<i>Sul</i>	0,075	0,014	0,000
<u>3. Efeitos Fixos</u>			
<i>Norte</i>	-0,430	0,368	0,243
<i>Centroeste</i>	0,169	0,273	0,538
<i>Sudeste</i>	1,243	0,168	0,000
<i>Sul</i>	0,768	0,198	0,000
<i>R2 Ajustado</i>		0,35	
<i>Número de Observações</i>		637	

Como é de se esperar, os coeficientes de atrações e hotéis são significantes e positivos e os Efeitos Fixos tendo o caso base a região Sul apresentam que o sudeste possui características não observáveis mais favoráveis a atração de um maior volume de turistas e o Nordeste uma menor atração devido a não observáveis.

Deve-se ressaltar o seguinte: enquanto que para a região Sudeste, o que parece importar na atração de turistas, é o Número de Atrações (coeficiente positivo e estatisticamente significativo), para a região Nordeste, a variável fundamental em termos de atratividade é a relativa a Hotéis (também coeficiente positivo e estatisticamente significativo). Esse fato parece ser indicativo de que a infra-estrutura da região Sudeste já é suficiente e que o principal elemento alavancador de turistas domésticos é o Número de Atrações da localidade; por outro lado, no que diz respeito à região Nordeste, tem-se que, dado o alto Número de Atrações por localidade, tem-se que o fator diferenciador na atração de turistas é a infra-estrutura sendo, por exemplo, o diferencial alavancador a infra-estrutura hoteleira do local. Isto pode ser indicativo de que mais investimentos em infra-estrutura turísticas são

necessários para as localidades do Nordeste ficarem melhor posicionadas na concorrência por turistas domésticos.

Para as localidades do Centro-Oeste e Sul uma boa infra-estrutura de hotéis também têm sido importante para elevar a posição dos seus destinos no mercado nacional.

3. DETERMINANTES DA DECISÃO DO DESTINO PELO TURISMO INTERNACIONAL NO BRASIL

No intuito de verificar os determinantes da escolha dentre os destinos brasileiros dos turistas internacionais que visitam o País, se construiu modelo semelhante ao aplicado ao turismo doméstico, utilizando no entanto, dados da pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil referente ao ano de 2005.

3.1. BASE DE DADOS

O estudo teorométrico de mapeamento do processo de decisão da escolha do destino do turista internacional no Brasil conta com duas principais fontes de dados: os microdados provenientes da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil Embratur / Fipe além dos dados de atributos das cidades de destino do Guia 4 Rodas *On-Line* e IBGE.

3.1.1. Dados Provenientes da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil

As pesquisas de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil vêm sendo realizadas no país desde 1983 pela Embratur. No ano de 2004 passou a ser realizada em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, fazendo parte do plano de reestruturação das informações turísticas do país. A partir deste ano a pesquisa passou a contar com uma amostra mais significativa, mais etapas no ano e um maior número de pontos de pesquisa.

No ano de 2005 a pesquisa resultou em um banco de microdados com 25.730 estrangeiros entrevistado ao longo de 4 etapas no ano em 7 fronteiras terrestre responsáveis por cerca de 90% do total do fluxo de entrada de estrangeiros por essa via no país e 12 aeroportos

internacionais que perfazem cerca de 99% do volume de vôos internacionais para o país. Sendo desta forma os resultados da pesquisa uma boa e significativa representação do turismo internacional no país. A amostra distribuída por portão de entrada no país encontra-se no apêndice 6.

3.1.2. Dados Provenientes do Guia 4 Rodas On-Line

Farão parte dos modelos seguintes os dados coletados eletronicamente do Guia 4 Rodas *On-Line*. Com base nesses dados, foi possível compor o quadro de atributos das cidades de destino escolhidas pelos entrevistados na pesquisa do Turismo Internacional. São caracterizados como atributos turísticos das cidades o número de Atrações, Restaurantes e Hotéis.

Das 1234 cidades citadas como destinos na pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional, 479 estão classificadas no Guia 4 Rodas. Embora não seja a totalidade das cidades visitadas, as que constam do Guia 4 Rodas são destinos de cerca de 93% das 39.214⁶ visitas contabilizadas no banco de dados.

Os Gráficos 4, 5 e 6 mostram como o número de turistas internacionais que uma UF recebe está fortemente correlacionado com o número de atrativos, restaurantes e hotéis que a mesma possui.

Gráfico 4 – Turistas Internacionais Recebidos Correlacionado com o Número de Atrativos

⁶ É importante notar que 25.730 turistas realizaram um total de 39.214 visitas, portanto, na média, cada turista estrangeiro visitou 1,52 cidade brasileira.

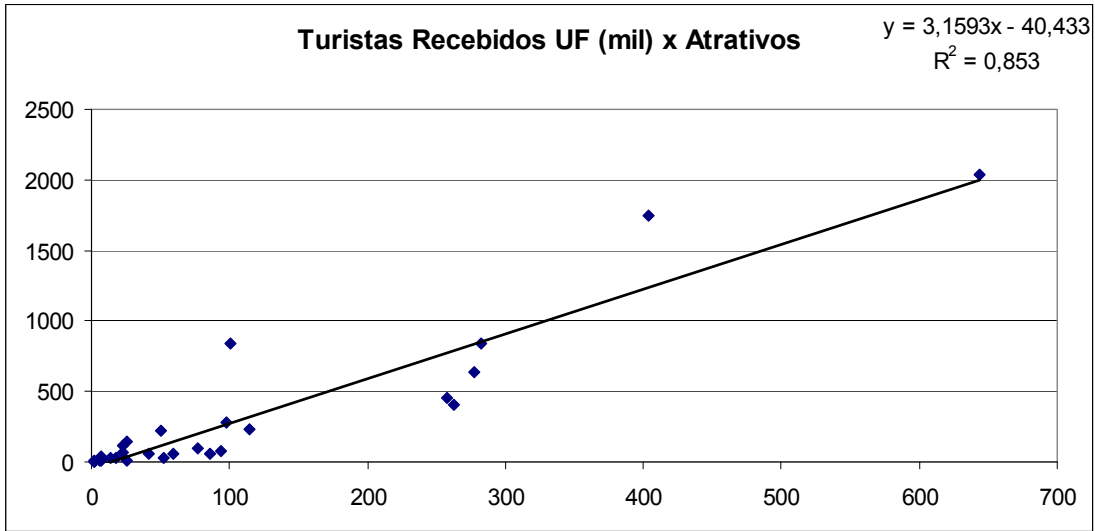


Gráfico 5 – Turistas Internacionais Recebidos Correlacionado com o Número de Restaurantes

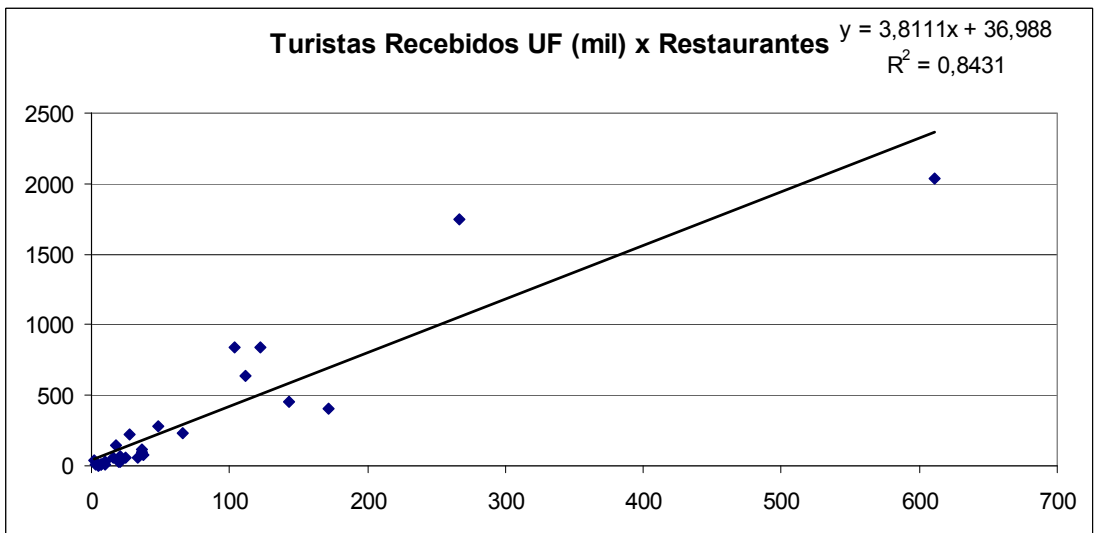
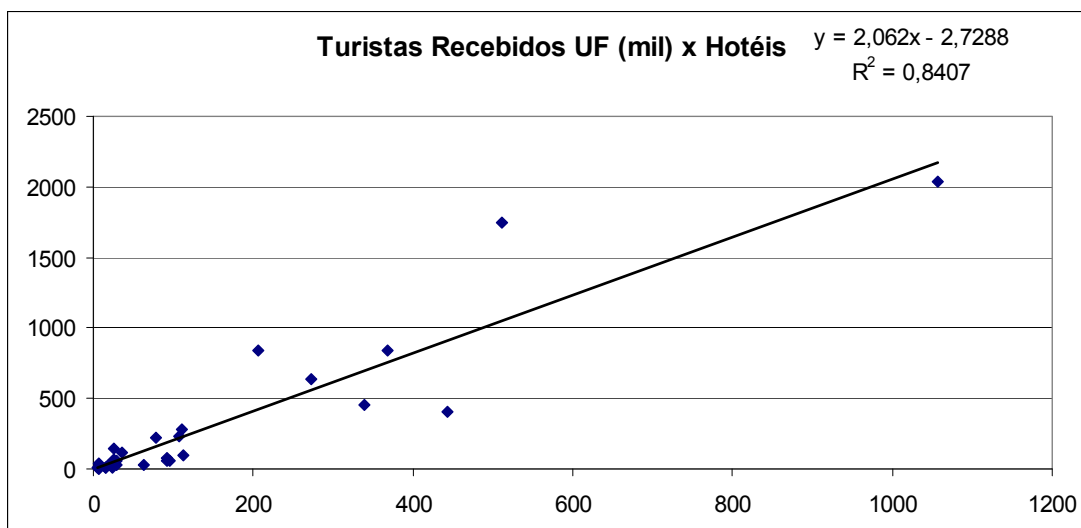


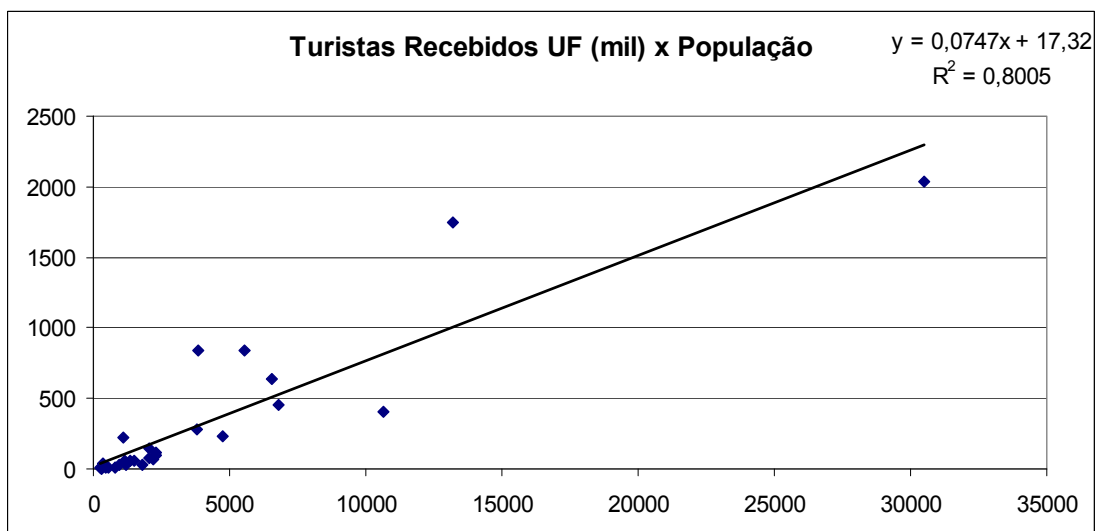
Gráfico 6 – Turistas Internacionais Recebidos Correlacionado com o Número de Hotéis



3.1.3. Dados IBGE

Como importante atributo atrativo de turistas foi adicionado à base de dados o número de habitantes de cada cidade. A relação que a população do destino tem com o número de turistas internacionais que visitam a cidade pode ser vista no Gráfico 7.

Gráfico 7 – Turistas Internacionais Recebidos Correlacionado com o a População do Município



3.2. RESULTADOS DO MODELO DE DECISÃO SOBRE O DESTINO DAS VIAGENS INTERNACIONAIS PARA O BRASIL

Um modelo de escolha semelhante ao apresentado para o turismo doméstico foi construído com os dados agregados das viagens internacionais para o Brasil. A agregação dos resultados do banco de microdados levou em consideração a ponderação dos indivíduos segundo o universo de turistas que visitam o país disposto no anuário estatístico da Embratur. Os dados foram ponderados de acordo com a participação de cada nacionalidade e portão de entrada no total.

O modelo de determinação da escolha por destinos é semelhante ao apresentado na equação 2 e seus resultados estão em as variáveis com efeitos decompostos por macro região na tabela 8 e com os efeitos da interação por macro região na tabela 9.

Tabela 8 – Estimação do *Share* de Turistas Internacionais das Cidades Brasileiras

Variáveis Independentes	Coeficiente		Nível de Significância
	Estimado	Erro Padrão	
<i>Constante</i>	-4,902	0,134	0,000
<i>População</i>	0,000	0,000	0,000
<u>1. Atrações</u>	0,050	0,011	0,000
<u>2. Hotéis</u>	0,068	0,009	0,000
<u>3. Efeitos Fixos</u>			
<i>Norte</i>	-0,668	0,313	0,034
<i>Nordeste</i>	-0,820	0,188	0,000
<i>Centroeste</i>	-0,748	0,254	0,003
<i>Sudeste</i>	-0,489	0,156	0,002
<i>R2 Ajustado</i>		0,46	
<i>Número de Observações</i>		479	

Tabela 9 – Estimação do *Share* de Turistas Internacionais das Cidades Brasileiras – Efeitos Específicos por Região.

Variáveis Independentes	Coeficiente		Nível de Significância
	Estimado	Erro Padrão	
<i>Constante</i>	-5,195	0,177	0,000
<i>População</i>	0,000	0,000	0,000
<u>1. Atrações</u>			
<i>Norte</i>	-0,064	0,121	0,594
<i>Nordeste</i>	0,035	0,021	0,103
<i>Centroeste</i>	0,060	0,038	0,112
<i>Sudeste</i>	0,056	0,016	0,001
<i>Sul</i>	0,095	0,029	0,001
<u>2. Hotéis</u>			
<i>Norte</i>	0,202	0,151	0,181
<i>Nordeste</i>	0,081	0,021	0,000
<i>Centroeste</i>	0,099	0,036	0,007
<i>Sudeste</i>	0,050	0,014	0,000
<i>Sul</i>	0,083	0,018	0,000
<u>3. Efeitos Fixos</u>			
<i>Norte</i>	-0,601	0,486	0,217
<i>Nordeste</i>	-0,509	0,243	0,037
<i>Centroeste</i>	-0,729	0,356	0,041
<i>Sudeste</i>	-0,097	0,207	0,642
<i>R2 Ajustado</i>		0,46	
<i>Número de Observações</i>		479	

Os resultados da tabela 8 mostram a relevância conjunta de hotéis e atrativos na explicação da atração de turistas enquanto a tabela 9 indica a grande sensibilidade a atrações na decisão entre as cidades da região sul e sudeste bem como a sensibilidade a hotéis na decisão pelas cidades de todas as regiões menos a norte que têm as participações de seus destinos garantidos independentemente da oferta hoteleira.

REFERÊNCIAS

Banco Central – *Balanço de Pagamentos*; www.bc.gov.br

FIPE (2002) – *Avaliação dos Impactos Econômicos do Turismo pela CST – Conta Satélite de Turismo*, Relatório de Pesquisa, São Paulo.

FIPE (2005) – *Pesquisa Meios de Hospedagem – Estrutura de Consumo e Impactos na Economia*, Relatório de Pesquisa, São Paulo.

FIPE (2006) – *Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2006*, Relatório de Pesquisa, São Paulo.

FIPE (2006) – *Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2005*, Relatório de Pesquisa, São Paulo.

IBGE (2004), *Sistema de contas nacionais: Brasil 2003* – Relatório Completo, Rio de Janeiro

RABAHY, W. A. (2003), *Turismo e Desenvolvimento – Estudos econômicos e estatísticos no planejamento*, Ed. Manole, São Paulo.

APÊNDICE 1

Classes e atividades		Valor adicionado a preços básicos (%)				
		1999	2000	2001	2002	2003
01	Agropecuária	8,25	7,97	8,39	8,75	9,90
	Indústria	35,62	37,53	37,71	38,30	38,76
02	Extrativa mineral (exceto combustíveis)	0,45	0,37	0,46	0,56	0,59
03	Extração de petróleo e gás natural, carvão e outros combustíveis	1,08	2,21	2,41	2,83	3,34
04	Fabricação de minerais não-metálicos	0,96	0,94	0,94	0,99	0,97
05	Siderurgia	0,84	1,07	1,04	1,38	1,65
06	Metalurgia dos não-ferrosos	0,38	0,44	0,43	0,47	0,43
07	Fabricação de outros produtos metalúrgicos	0,95	0,96	0,95	0,94	1,00
08	Fabricação e manutenção de máquinas e tratores	1,98	2,48	2,59	2,76	3,06
10	Fabricação de aparelhos e equipamentos de material elétrico	0,43	0,45	0,51	0,38	0,35
11	Fabricação de aparelhos e equipamentos de material eletrônico	0,57	0,68	0,58	0,58	0,51
12	Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus	0,65	0,77	0,73	0,53	0,49
13	Fabricação de outros veículos, peças e acessórios	0,72	0,92	0,90	0,78	0,64
14	Serrarias e fabricação de artigos de madeira e mobiliário	0,73	0,69	0,72	0,75	0,71
15	Indústria de papel e gráfica	1,06	1,52	1,39	1,30	1,53
16	Indústria da borracha	0,32	0,37	0,36	0,41	0,42
17	Fabricação de elementos químicos não-petroquímicos	0,88	0,95	0,92	0,92	1,12
18	Refino de petróleo e indústria petroquímica	3,10	2,72	3,35	3,71	4,26
19	Fabricação de produtos químicos diversos	0,96	0,84	0,82	0,97	1,06
20	Fabricação de produtos farmacêuticos e de perfumaria	0,89	0,78	0,70	0,61	0,58
21	Indústria de transformação de material plástico	0,41	0,44	0,40	0,38	0,39
22	Indústria têxtil	0,53	0,50	0,41	0,42	0,36
23	Fabricação de artigos do vestuário e acessórios	0,69	0,78	0,65	0,62	0,48
24	Fabricação de calçados e de artigos de couro e peles	0,26	0,31	0,37	0,40	0,31
25	Indústria do café	0,32	0,31	0,29	0,30	0,29
26	Beneficiamento de produtos de origem vegetal, inclusive fumo	0,79	0,62	0,50	0,65	0,56
27	Abate e preparação de carnes	0,53	0,47	0,58	0,59	0,49
28	Resfriamento e preparação do leite e laticínios	0,24	0,24	0,22	0,21	0,18
29	Indústria do açúcar	0,18	0,30	0,44	0,46	0,52
30	Fabricação e refino de óleos vegetais e de gorduras para alimentação	0,40	0,27	0,35	0,44	0,44
31	Outras indústrias alimentares e de bebidas	1,22	1,11	0,99	0,92	0,85
32	Indústrias diversas	0,44	0,51	0,51	0,48	0,54
33	Serviços industriais de utilidade pública	3,32	3,47	3,65	3,60	3,41
34	Construção civil	9,36	9,06	8,56	7,96	7,23
	Serviços	60,86	58,54	59,03	59,23	56,69
35	Comércio	7,11	7,36	7,47	7,69	7,70
36	Transporte	2,79	2,70	2,70	2,58	2,45
37	Comunicações	2,38	2,73	2,71	2,72	3,16
38	Instituições financeiras	6,27	5,44	6,59	7,69	6,98
39	Serviços prestados às famílias	6,87	6,21	5,78	5,09	4,80
40	Serviços prestados às empresas	3,87	3,91	4,28	4,61	4,33
41	Aluguel de imóveis	14,23	12,74	11,99	11,31	10,21
42	Administração pública	16,11	16,29	16,29	16,34	15,80
43	Serviços privados não-mercantis	1,23	1,16	1,23	1,21	1,24
	Subtotal	104,74	104,04	105,14	106,28	105,35
46	Dummy financeiro	(-) 4,74	(-) 4,04	(-) 5,14	(-) 6,28	(-) 5,35
	Valor adicionado a preços básicos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	Impostos sobre produtos	11,88	12,16	12,69	12,25	11,51
	Produto interno bruto	111,88	112,16	112,69	112,25	111,51

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais.

(R\$ milhões)

Setores de Atividade	Total do Setor	Parte do Turismo	% do Turismo no Total do Setor	% no VA Total do Turismo
Atividades Características do Turismo	32.575,4	16.990,5	52,2%	96,9%
Hotéis e outros serviços de alojamento	2.267,8	2.267,8	100,0%	12,9%
Serviços de residência secundária por conta própria ou gratuita	1.559,6	1.559,6	100,0%	8,9%
Serviços de Alimentação	10.086,5	3.967,2	39,3%	22,6%
Serviços de transporte ferroviário	892,1	3,9	0,4%	0,0%
Serviços de transporte rodoviário	7.962,7	2.946,2	37,0%	16,8%
Serviços de transporte aquaviário	193,6	24,1	12,5%	0,1%
Serviços de transporte aéreo	3.729,1	3.132,4	84,0%	17,9%
Serviços de Apoio	2.052,7	1.067,4	52,0%	6,1%
Agências de Viagens, operadores e guias turísticos	335,3	335,3	100,0%	1,9%
Aluguel de Veículos	203,2	203,2	100,0%	1,2%
Serviços Culturais, de Recreação e de Lazer	3.292,9	1.483,4	45,0%	8,5%
Produtos Conexos e Não Específicos				
Margem de Comércio dos Bens		424,9	-	2,4%
Serviços		110,0	-	0,6%
Valor Adicionado Total	32.575,4	17.525,4	53,8%	100,0%
Impostos menos Subsídios à Produção dos Bens e Serviços	3.001,6	1.553,7		
Produto Interno Bruto	35.577,0	19.079,1		
% do PIB Total do País	3,7%	2,0%		

Fonte: Conta Satélite do Turismo – FIPE / Embratur

APÉNDICE 2

Esquema de Composição do Balanço de Pagamentos

Balanço de pagamentos
1) TRANSAÇÕES CORRENTES
Balança comercial (FOB)
Serviços
Viagens internacionais
Outros Serviços
Rendas
Transferências unilaterais correntes
2) CONTA CAPITAL E FINANCEIRA
Conta Capital (líquido)
Conta Financeira (líquido)
3) SALDO DO BALANÇO DE PAGAMENTOS

APÉNDICE 3

Setor de Atividade	Região					Média Geral
	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul	
Hospedagem	16.195,4	13.331,9	15.127,1	17.840,7	14.768,0	16.198,6
Construção Civil	29.830,2	21.636,5	26.046,0	30.640,2	29.890,2	28.033,0
Indústria têxtil	24.541,7	20.117,8	25.734,2	29.583,4	30.523,6	27.435,2
Siderurgia	71.697,3	43.324,2	54.199,7	69.561,1	72.673,6	68.205,9

Fonte: Pesquisa Meios de Hospedagem – Estrutura de Consumo e Impactos na Economia Embratur /
Sebrae / Fipe.

APÊNDICE 4

Amostra Pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico 2006						
			De R\$ 350 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	Acima de R\$ 5.250,01	Total
CENTRO-OESTE	DF	Brasília	111	109	87	307
	GO	Goiânia	107	109	86	302
		Goiás	111	121	57	289
		Luziânia	172	99	12	283
		Porangatu	105	122	55	282
		Rio Verde	103	108	79	290
	MS	Campo Grande	99	101	83	283
		Corumbá	106	121	56	283
		Dourados	105	102	83	290
	MT	Cuiabá	97	104	81	282
		Rondonópolis	99	102	81	282
			Sinop	106	117	57
NORDESTE	AL	Arapiraca	94	106	80	280
		Delmiro Gouveia	104	132	44	280
		Maceió	97	101	82	280
	BA	Alagoinhas	99	103	86	288
		Feira de Santana	104	100	89	293
		Ilhéus	100	103	84	287
		Salvador	131	129	98	358
		Vitória da Conquista	98	101	81	280
	CE	Cascavel	104	136	42	282
		Crateús	104	133	43	280
		Fortaleza	99	100	81	280
		Juazeiro do Norte	99	100	81	280
		Sobral	97	101	82	280
	MA	Caxias	99	109	72	280
		Imperatriz	97	102	75	274
		São Luís	98	98	85	281
	PB	Campina Grande	98	102	80	280
		João Pessoa	99	105	81	285
		Patos	105	121	54	280
	PE	Arcoverde	103	121	56	280
		Caruaru	99	100	82	281
		Petrolina	99	102	85	286
		Recife	127	135	104	366
		Vitória de Santo Antão	101	98	80	279
	PI	Parnaíba	104	96	80	280
		Picos	103	119	57	279
		Teresina	98	101	81	280
	RN	Caicó	103	121	56	280
		Mossoró	100	98	84	282
		Natal	98	101	81	280
SE	Aracaju	99	107	81	287	
	Itabaiana	107	124	61	292	
	Nossa Senhora da Glória	117	122	58	297	
NORTE	AC	Cruzeiro do Sul	110	114	56	280
		Rio Branco	100	97	80	277
	AM	Manaus	98	101	81	280
		Tabatinga	104	120	58	282
	AP	Macapá	98	100	82	280
	PA	Belém	93	108	74	275
		Bragança	102	107	71	280
		Marabá	111	105	73	289
		Santarém	107	109	80	296
	RO	Ji-Paraná	108	116	58	282
		Porto Velho	97	100	88	285
	RR	Boa Vista	112	92	76	280
		Caracaráí	149	86	65	300
	TO	Araguaína	102	100	80	282
		Palmas	98	101	81	280

Fonte: Microdados da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2006. Mtur / Fipe

Amostra Pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico 2006						
			De R\$ 350 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	Acima de R\$ 5.250,01	Total
SUDESTE	ES	Cachoeiro de Itapemirim	97	93	92	282
		Colatina	96	96	89	281
		Linhares	96	101	86	283
		Vitória	95	100	85	280
	MG	Barbacena	98	95	89	282
		Belo Horizonte	243	238	233	714
		Curvelo	96	97	94	287
		Diamantina	100	122	59	281
		Divinópolis	99	98	88	285
		Governador Valadares	100	96	92	288
		Juiz de Fora	96	96	89	281
		Montes Claros	92	94	92	278
		Poços de Caldas	97	97	87	281
		Uberlândia	94	95	89	278
	RJ	Cabo Frio	95	97	88	280
		Campos dos Goytacazes	95	98	87	280
		Nova Friburgo	97	98	85	280
		Rio de Janeiro	597	594	562	1753
		Volta Redonda	95	97	89	281
	SP	Araçatuba	96	95	88	279
		Araraquara	94	101	85	280
		Assis	104	111	67	282
		Bauru	97	95	85	277
		Campinas	167	171	162	500
		Itanhaém	102	123	57	282
		Itapetininga	96	97	90	283
		Piracicaba	98	99	93	290
		Presidente Prudente	97	96	86	279
		Ribeirão Preto	104	106	101	311
		São José do Rio Preto	95	93	92	280
		São José dos Campos	94	98	88	280
		São Paulo	1016	1098	903	3017
Sorocaba	116	109	105	330		
SUL	PR	Cornélio Procópio	104	118	57	279
		Curitiba	152	156	143	451
		Foz do Iguaçu	98	94	88	280
		Guarapuava	95	95	89	279
		Londrina	99	93	88	280
		Pato Branco	104	98	78	280
		Ponta Grossa	98	98	94	290
		Umuarama	105	119	57	281
	RS	Bagé	97	93	90	280
		Caxias do Sul	95	96	89	280
		Passo Fundo	95	94	91	280
		Pelotas	104	97	81	282
		Porto Alegre	236	241	222	699
		Santa Cruz do Sul	88	87	79	254
	SC	Blumenau	96	98	90	284
		Chapecó	95	95	90	280
		Criciúma	95	95	91	281
Florianópolis		99	96	89	284	
		Joinville	96	100	90	286
		Total	13199	13555	10559	37313

Fonte: Microdados da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2006. Mtur / Fipe

APÊNDICE 5

A escolha de destinos pode ser tratada com a racionalidade de um modelo de utilidade indireta de onde pode-se propor uma função do tipo $U_{ij} = v_{ij} + \varepsilon_{ij}$ onde U_{ij} define a utilidade do indivíduo i ao escolher a localidade j v_{ij} é o conjunto de características da localidade percebidas pelo indivíduo e controladas no modelo e ε_{ij} é um termo aleatório independentemente identicamente distribuído segundo uma distribuição extrema do tipo I de onde se tem uma Função Distribuição Logística Acumulada assumindo a seguinte forma:

$$P_j = \frac{e^{v_j}}{\sum_{j=1}^n e^{v_j}}$$

Se tomarmos $P_j = S_j$ onde S_j é o share em número de visitas que a cidade j recebe ou em uma possível leitura alternativa a probabilidade do indivíduo i escolher a cidade j , então com uma transformação linear da função P_j podemos estimar v_{ij} através do método de mínimos quadrados ordinários, desde que:

$$\ln\left(\frac{S_{ij}}{1 - S_{ij}}\right) = \ln\left(\frac{\frac{1}{1 + e^{-v_{ij}}}}{1 - \frac{1}{1 + e^{-v_{ij}}}}\right) = v_{ij}$$

Portanto estimou-se:

$$\ln\left(\frac{S_{ij}}{1 - S_{ij}}\right) = f(pop, atrat, hotel, EF) + \varepsilon_{ij}$$

Sendo as elasticidades atributo própria e cruzada definidas como:

$$\eta_{jj} = \beta_j Atributo_j (1 - S_j) \text{ - Elasticidade atributo própria}$$

$$\eta_{jk} = -\beta_k Atributo_k S_k \text{ - Elasticidade Atributo cruzada}$$

APÊNDICE 6

Amostra Pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2005		
	Local de Pesquisa	Amostra
Terrestre	Chui	894
	Dionísio Cerqueira	152
	Foz (PIA)	2.244
	Foz (PTN)	1.302
	Santana do Livramento	614
	São Borja	184
	Uruguaiana	990
	Total	6.380
	Aéreo	Belem
Belo Horizonte		327
Curitiba		191
Florianópolis		1.194
Fortaleza		830
Manaus		166
Natal		421
Porto Alegre		876
Recife		1.159
Rio de Janeiro		5.393
Salvador		1.331
São Paulo		7.333
Total		19.349
Total		25.729

Fonte: Microdados da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2005. Embratur / Fipe

COLABORADORES:



REALIZAÇÃO:



Ministério do
Turismo

