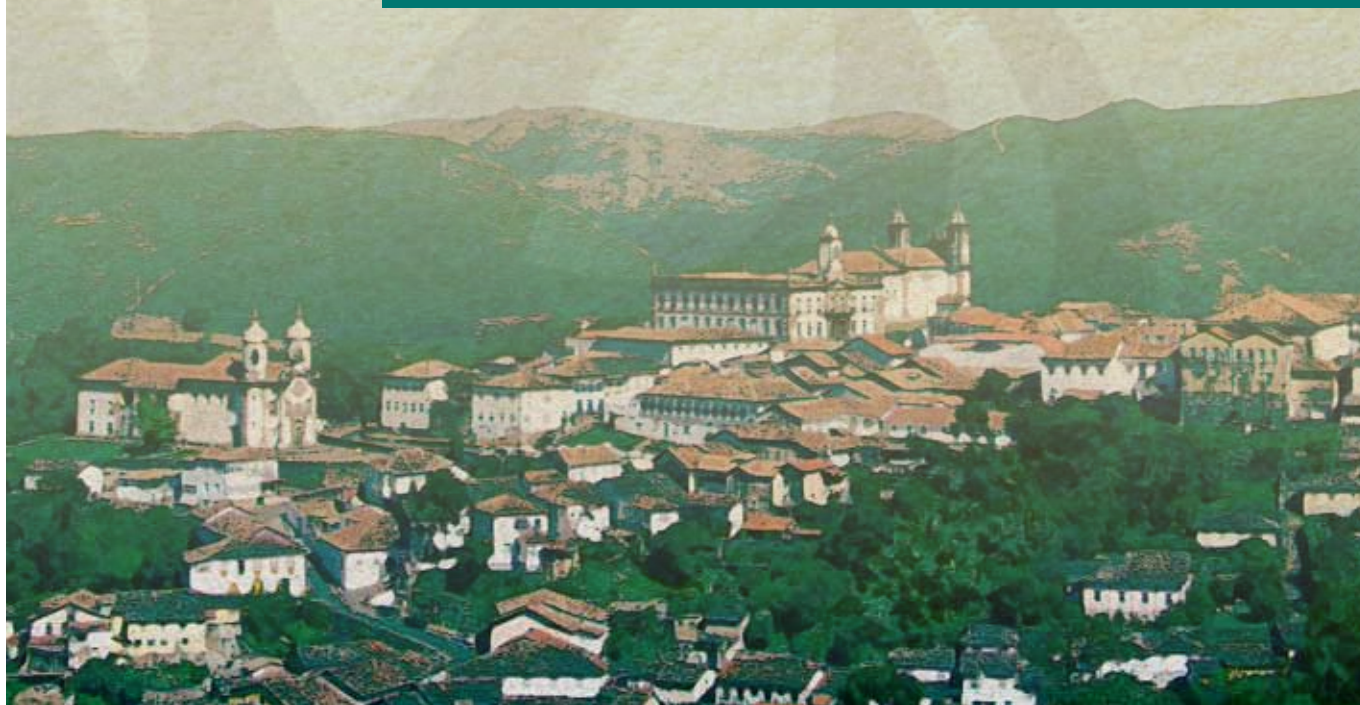


Plano Amostral do Dimensionamento da Demanda Turística em Ouro Preto no feriado da Semana Santa 2010



INSTITUTO
ESTRADA
REAL



FIEMG

SUMÁRIO

Introdução	3
Histórico	3
Variáveis	4
Estrutura de coleta.....	5
Classificação dos turistas e do Plano de amostragem	6
Amostragem – Determinando o fluxo da categoria meios de hospedagens	7
Determinação do erro amostral e Definição do plano de amostragem	8

INTRODUÇÃO

O trabalho do Dimensionamento da Demanda Turística, realizada pelo Instituto Estrada Real (IER/FIE-MG), foi desenvolvido com a finalidade de mensurar o impacto da atividade turismo, em uma região, por um determinado período de tempo.

Os indicadores apresentados são elaborados com base em pesquisas de opinião, realizada por meio de entrevistas com turistas em pontos de grande fluxo de visitantes. Dessa forma, cria-se argumento crítico para avaliação de políticas voltadas para o setor, além de subsidiar a iniciativa pública e privada com dados a respeito do consumo pelo setor de turismo.

No caso em questão, o Dimensionamento da Demanda Turística para o município de Ouro Preto durante o feriado da Semana Santa do ano de 2010 avalia além do impacto econômico, os gastos médios per capita por dia, o tempo médio de permanência no destino, a origem dos visitantes bem como sua motivação e outras questões pertinentes ao hábito de consumo dos turistas.

HISTÓRICO

O Observatório do Turismo Estrada Real é uma iniciativa do Instituto Estrada Real. O objetivo final de um Observatório é a criação e o desenvolvimento de indicadores relativos à análise da conjuntura econômica do setor de turismo.

A partir de julho de 2006, as ações do Observatório do Turismo Estrada Real passam a ser focadas em dois grandes trabalhos que envolvem diretamente a cadeia produtiva, a saber:

- **Pesquisa Indicadores Estrada Real** – É um indicador conjuntural de curto-prazo que objetiva avaliar o desempenho do segmento meio de hospedagem por meio de variáveis relacionados à dinâmica da ocupação hoteleira. Sua periodicidade é mensal, envolvendo cerca de 80 hotéis e pousadas por mês em mais de 20 municípios da Estrada Real.
- **Dimensionamento da Demanda Turística** – Avaliação do impacto econômico do setor de turismo em uma dada região por um período de tempo predeterminado.

Entre julho de 2006 e novembro de 2009, o IER coordenou a avaliação do Dimensionamento da Demanda Turística para o Estado de Minas Gerais, por intermédio de convênio com a Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais e o SEBRAE-MG.

Além disso, o IER já desenvolveu ações de pesquisa para os organizadores de importantes festivais e eventos que estão diretamente relacionados com a cadeia produtiva do turismo, destacando-se entre eles:

- **Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes** – agosto de 2008.
- **Fórum das Letras de Ouro Preto** – novembro de 2008 e novembro de 2009.
- **Minas Trend Preview** – novembro de 2008, abril de 2009 e novembro de 2009.
- **Festival Tudo É Jazz de Ouro Preto** – setembro de 2009.
- **Dimensionamento de Demanda Turística em Minas Gerais** – novembro de 2009.
- **Avaliação conjuntural do ambiente econômico e de negócios** – para o Programa de aumento da competitividade de Belo Horizonte através do turismo de negócios – janeiro de 2010.

Além de auxiliar na gestão de políticas públicas e aperfeiçoar o processo de tomada de decisão das empresas, fornecendo informações a respeito da demanda turística e hábito de consumo dos visitantes, as pesquisas são importantes ferramentas para a área de marketing. De posse das informações, as equipes de trabalho conseguem maximizar campanhas, atingindo seu público-alvo de maneira mais eficaz.

VARIÁVEIS

As variáveis selecionadas buscam apresentar soluções para questões pertinentes a conjuntura do setor de turismo.

Para todos os entrevistados foram levantados as seguintes informações: cidade de residência, unidade da federação onde reside, motivo da visita ao destino, número de acompanhantes nos gastos realizados na viagem, número de pernoites, meio de hospedagem utilizado para pernoite, gastos com transporte, hospedagem, alimentação, atrativos e passeios e compras.

Ainda foram avaliadas outras questões ligadas ao destino como: se o turista já esteve na cidade em outros anos para o período do feriado em questão, possibilidade de retorno, fonte de informação relativa ao destino, percepção dos entrevistados sobre quem organiza ou apoia as festividades do feriado da Semana Santa, avaliação da infraestrutura e equipamentos turísticos, meio de transporte utilizado na viagem, renda familiar aproximada, sexo e idade.

Características e definições das variáveis

As características das variáveis estão descritas e definidas na ordem de coleta, como mostrado abaixo:

- “Cidade de residência”: Cidade de residência fixa do entrevistado.
- “UF”: Unidade da federação correspondente à cidade de residência do entrevistado.
- “Principal motivação que influenciou na decisão de visita à cidade no feriado”: Busca identificar o motivo dos turistas ao destino em um feriado religioso. Nesta variável, o entrevistado dispunha de três opções de resposta: programação religiosa, lazer e outros motivos, sendo que nesta última era facultado a especificação do motivo.
- “Número de acompanhantes”: Número de pessoas que acompanharam o entrevistado nos seus gastos realizados.
- “Número de pernoites”: Número de noites que o entrevistado passou na cidade.
- “Principal meio de hospedagem utilizado”: Tipo de alojamento utilizado pelo entrevistado durante visita à cidade. As cinco opções para esta pergunta são: Hotel e/ou pousada; albergue e/ou república e/ou camping; casa de amigos e/ou parentes, casa própria e/ou alugada; e excursionistas. Enquadraram-se nesta última opção os entrevistados que não pernoveram na cidade e ao mesmo tempo residem em outra cidade.
- “Gasto com transporte”: Gasto total do entrevistado com meios de transporte na cidade como táxi, combustível, transporte regular municipal, transporte intermunicipal de passageiros e outros tipos de gastos relacionados com deslocamento no município.
- “Gasto com hospedagem”: Gasto total do entrevistado com equipamentos de hospedagens na cidade, especificamente hotéis e pousadas.

- “Gasto com alimentação”: Gasto total do entrevistado em alimentação, bares e restaurantes durante período de visita à cidade.
- “Gasto com atrativos”: Gasto total do entrevistado com atrativos turísticos na cidade, como passeios, visita a museus e/ou igrejas, guias, etc.
- “Gasto com compras”: Gasto total do entrevistado com roupas, lembranças, artesanato, entre outros durante visita à cidade.
- “Primeira vez na cidade no período de feriado”: Se o entrevistado já esteve na cidade neste mesmo período em anos anteriores.
- “Pretensão de nova participação”: Se o entrevistado pretendia ou não retornar à cidade neste período em outros anos.
- “Fonte de informação relativa ao destino”: Principal fonte de informação e/ou meio de comunicação utilizada para formação de opinião quanto ao destino.
- “Entidades organizadoras e apoiadoras das festividades”: busca identificar com quem ou qual instituição o entrevistado relaciona a organização dos festejos da Semana Santa.
- “Avaliações”: Avaliar quantitativamente com nota de zero a dez os seguintes quesitos: acesso aos atrativos, infraestrutura da cidade, programação cultural, segurança pública, limpeza da cidade, bares e restaurantes e também hotéis e pousadas.
- “Meio de transporte utilizado”: Meio de transporte utilizado pelo entrevistado para o deslocamento de sua cidade de origem até o destino.
- “Renda familiar”: Renda familiar aproximada do entrevistado no mês anterior.
- “Sexo”: Sexo do entrevistado, registrado sem intermédio de entrevista.
- “Idade”: idade do entrevistado.

ESTRUTURA DE COLETA

METODOLOGIA

Objetivo da pesquisa:

O Dimensionamento da Demanda Turística possui o objetivo de mensurar a movimentação econômica do setor de turismo, durante um determinado período de tempo.

Área de abrangência e unidade de investigação:

A pesquisa abrange o município de Ouro Preto e o distrito de Lavras Novas. De acordo a Relação Anual de Informação Social / 2008, base de dados do Ministério do Trabalho e Emprego, o município oferta cerca de 102 empresas do segmento meio de hospedagem, que juntas correspondem a 8% da oferta de hotéis e pousadas na Estrada Real.

Estas empresas, por sua vez, ofertam cerca de 2.149 Unidades Habitacionais (UHs).

Estrutura dos meios de hospedagem em Ouro preto - 2008

Cidade	Empresas	UH	UHs/Empresas	Leitos	Leitos/UHs
Ouro Preto	102	2.149	21	3.979	1,9

Fonte: Rais 2008 / Observatório do Turismo Estrada Real

Na média, a cidade posse apresenta 1,9 leitos por UH's e um total de 3.979 camas disponíveis para comercialização.

CLASSIFICAÇÃO DOS TURISTAS E DO PLANO DE AMOSTRAGEM

Com o objetivo de selecionar uma amostra representativa de turistas na cidade de Ouro Preto e de interesse à região da Estrada Real, foi elaborado plano amostral que visa à realização de pesquisa de demanda turística e análise de movimentação econômica para o feriado da Semana Santa do presente ano. Dessa forma, optamos pela utilização de um plano de amostragem aleatório onde a coleta das informações é realizada de maneira justificada. Para isso, inicialmente seria preciso definir o que é o turismo e o que é o turista.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo e o turista como sendo: "as atividades dos visitantes, isto é, das pessoas que viajam a um destino principal diferente do seu entorno habitual, por uma duração inferior a um ano, com qualquer finalidade principal (lazer, negócios ou outro motivo pessoal) que não a de exercer atividade remunerada por uma entidade do país ou local visitado".

Portanto, a partir da definição do que é a atividade turismo, fica convencionado que o sujeito turista com idade maior ou igual a 16 anos, no âmbito da cidade de Ouro Preto e no distrito de Lavras Novas, foi a unidade de investigação da pesquisa.

Para a coleta foi utilizado o método Survey, que consiste na aplicação de questionários padronizados, não disfarçados. Este método permite a construção de tabelas de frequências simples, cruzamentos de variáveis, além de diversos outros processamentos estatísticos que se mostrem importantes para a análise do tema da pesquisa.

A coleta dos dados sobre o perfil da demanda turística na cidade de Ouro Preto foi feita entre os dias 2 de abril (sexta-feira) e o dia 04 de abril (domingo), em pontos de grande fluxo de turistas e, consequentemente, excluindo a população local, residente na cidade.

Por definição metodológica, os entrevistados são categorizados em cinco grupos, a saber:

- **Excursionista:** visitante que se desloca ao destino permanecendo apenas um dia na cidade.
- **Amigos e Parentes:** são visitantes que utilizam residência da população local para pernoite na cidade.
- **Meios de Hospedagem:** turistas que utilizam hotéis e pousadas para pernoite na cidade.
- **Albergues / Repúblicas / Camping:** Visitantes que utilizam albergues, residências estudantis e camping para pernoite na cidade.

- **Casa própria ou alugada:** turistas que alugam casas ou possuem residência temporária no destino.

Para a categoria Meio de Hospedagem, tendo como base o número total de empresas que o segmento oferta (RAIS 2008), a quantidade de Unidades Habitacionais (UH's) disponíveis, a proporção de leitos/UH's e a taxa média de ocupação na cidade de Ouro Preto durante o período de tempo de realização do evento, foram estimadas o fluxo de visitantes para os empreendimentos.

A partir do Dimensionamento do Fluxo de Turistas nos meios de hospedagem foi definido o número de turistas a serem entrevistados.

AMOSTRAGEM: DETERMINANDO O FLUXO DA CATEGORIA MEIOS DE HOSPEDAGEM

Para a Semana Santa de 2010 em Ouro Preto, foi coletada uma amostra considerando o número de turistas de acordo com o desempenho da hoteleira na cidade, durante o período do feriado, conforme demonstrado no quadro 1. Esta estimativa considerou o total de hotéis/pousadas, leitos, UH's e taxa média de ocupação na cidade durante o período de tempo de realização do evento, conforme a equação abaixo.

Equação 1:

$$n = \sum (X \times Y \times \varpi)$$

$\forall i = 1, 2 \text{ e } 3$; dia da Semana Santa na cidade.

Onde:

n = número de visitantes

X_i = número médio de leitos por unidade habitacional no i-ésimo dia

y = número de unidades habitacionais

ϖ = taxa média de ocupação durante o período

Quadro 1

Ouro Preto	Visitantes no evento	Dias de evento
2007	9.508	3
2008	9.397	3
2009	9.016	3

DETERMINAÇÃO DO ERRO E DEFINIÇÃO DO PLANO DE AMOSTRAGEM

Para o Dimensionamento da Amostra foi efetuado um estudo de proporções. Nessas circunstâncias, a dimensão da amostra é dada por:

Equação 2:

$$n = \frac{N \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times (1-p)}{(z_{\alpha/2}^2 \times p \times (1-p)) + (N \times \varepsilon^2)}$$

Cálculo do tamanho da amostra (Cochran, 1977).

Onde:

n = tamanho da amostra;

N = tamanho da população estimada de turistas nos meios de hospedagem;

p = proporção da característica a ser observada. Foi utilizado p=0,5 uma vez que tal valor garante a máxima variabilidade;

$Z_{\alpha/2}$ = valor da distribuição normal padronizada associado ao nível de confiança adotado. No presente estudo utilizamos um nível de confiança de 95%, cujo valor de $Z_{\alpha/2}$ correspondente é de 1,96;

ε = erro relativo máximo admitido na estimativa da média da variável dimensionante da amostra, variando de 2% a 5%.

Esta definição serve de parâmetro para a definição da quantidade mínima de questionários a serem aplicados.

Sabendo-se estimar o fluxo de turistas nos meios de hospedagem e considerando a determinação de erro amostral para a população estimada de turistas da cidade, é delineado plano amostral para a Semana Santa durante os três dias de evento. Este quadro foi elaborado a partir da equação 1 e considerando os resultados obtidos na equação 2.

Quadro 2

Ouro Preto	Erro Amostral			
	2%	3%	4%	5%
Semana Santa	2.058	994	576	374

Em uma primeira aplicação da pesquisa, sugere-se a utilização de um erro amostral inferior ou igual a 4% a fim de garantir maior consistência. Entretanto, seria importante ressaltar que o IER possui um histórico de ações de pesquisa na cidade de Ouro Preto.

Ficha Técnica

Realização:

Sistema FIEMG – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais

Presidente: Robson Braga de Andrade

Instituto Estrada Real

Diretor-Geral: Baques Vladimir Carvalho Sanna

Assessoria de Comunicação Corporativa

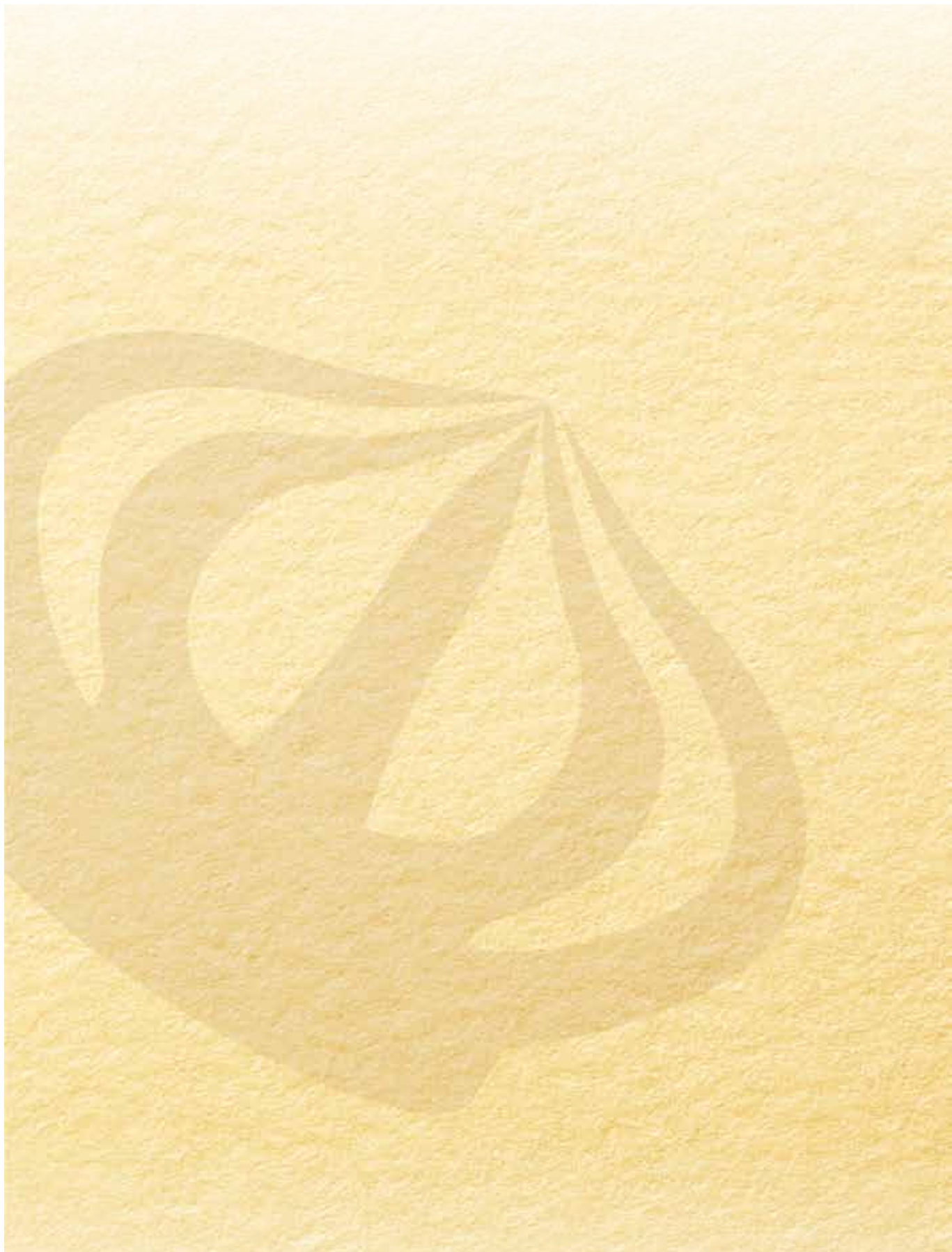
Assessora: Fernanda Cotta

Gerência de Economia e Finanças

Gerente: Guilherme Veloso Leão

Responsável Técnico

Observatório do Turismo Estrada Real: Frederico Pereira Coelho



Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
Av. do Contorno, 4520 - Funcionários - Belo Horizonte - MG
Instituto Estrada Real
Rua Álvares Maciel, 59 - 11º andar - Santa Efigênia - Belo Horizonte - MG
Telefone: (31) 3241-7166 | Fax: (31) 3241-6447
Assessoria de Comunicação Corporativa

