

III POSTGRADUATE
CONFERENCE
ESGHT2012

ABSTRACTS

July 13, 2012

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Modelos de eleição de um destino turístico: uma abordagem conceptual

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves, Carla Pinto Cardoso e
Paula Odete Fernandes
Instituto Politécnico de Bragança e Universidade Fernando Pessoa
(Room 87) 10.45 – 11.00

Na análise da procura turística torna-se fundamental compreender o comportamento do consumidor perante um determinado destino/região. Para tal, é necessário saber como é que os visitantes elegem o seu destino de férias e quais os factores associados a essa escolha.

O comportamento do consumidor tende a ser explicado através de modelos. Estes assumem a forma de sistemas de hipóteses que relacionam uma ou mais variáveis dependentes com diversas variáveis independentes (Witt & Moutinho, 1995). Os factores de eleição de um destino são por si identificados como as variáveis exógenas ou independentes do estudo. A inclusão das características de produtos turísticos de um destino, na perspectiva do modelo de Lancaster, parecem contribuir fortemente para um melhor entendimento do comportamento de escolha da viagem, contudo, isoladamente, dificulta a sua aplicabilidade e interpretação empírica (Papatheodorou, 2001; Seddighi & Theocharous, 2002). Os modelos econométricos são uma ferramenta poderosa para analisar a escolha do destino dos visitantes em função das características dos turistas e dos produtos turísticos (Seddighi & Theocharous, 2002). O modelo Logit aplicado às ciências sociais permite a criação de uma curva logística para todos os valores das variáveis independentes, limitando o valor da variável dependente, assim designada por variável dicotómica.

O presente estudo tem por objectivo apresentar uma revisão conceptual dos estudos realizados na óptica de diversos investigadores referente à eleição de um destino e tendo em vista a sua aplicabilidade num modelo. Neste sentido,

pretende-se, com esta abordagem conceptual, dar um contributo na definição metodológica de uma investigação em curso e que tem como objecto de estudo a região de Alto-Trás-os-Montes. O modelo econométrico a utilizar na investigação assenta no modelo Logit, com o intuito de analisar as variáveis mais significativas e que permitem explicar a eleição de um destino turístico. A análise Logit permite quantificar as percepções/sentimentos dos visitantes na forma de um conjunto de probabilidades condicionais que facultam uma ordem de classificação (Seddighi & Theocharous, 2002).

Por outro lado pretende-se também verificar se a animação turística, como uma componente da oferta existente na região, com as suas características únicas e singulares, pode estar associada aos diversos factores de eleição do destino, por parte dos visitantes. De referir que dos estudos existentes a nível nacional em volta da temática da animação turística, a abordagem assenta na importância da animação turística, suas finalidades, modalidades, contribuição para o aumento das taxas de ocupação de uma região, o animador turístico e as empresas de animação turística. Neste sentido, pretende-se impulsionar o desenvolvimento desta temática, associando-a ao processo de tomada de decisão do consumo turístico. A relevância associada a este estudo passa pela análise do comportamento do consumidor turístico de uma região, na qual não existem estudos desta natureza e o carácter prático utilitário para o desenvolvimento do sector de atividade. Os resultados da investigação poderão contribuir para uma requalificação das políticas de intervenção no sistema de atração turístico, pela relação que se estabelece entre o consumo e as atividades produzidas, por parte dos agentes públicos e privados do sector turístico da região.