



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

AVALIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE ILHÉUS (BAHIA) SOB A PERSPECTIVA DOS RESIDENTES¹

João Francisco da Silva Júnior²
Aline Conceição Souza³
Lessi Inês Farias Pinheiro⁴

Resumo

O presente artigo analisa a oferta turística do município de Ilhéus, no sul da Bahia, com foco na percepção dos residentes. Especificamente, analisa a avaliação dos residentes quanto aos atrativos, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio turístico e, identifica os fatores mais representativos da oferta turística. A pesquisa utilizou dados primário, cujo instrumento de coleta abordou 20 indicadores da oferta turística que foram trabalhados pela estatística descritiva e pela análise fatorial. Os indicadores foram distribuídos em seis categorias: praias e afins, serviços e atrativos não naturais, infraestrutura básica, vias terrestres, serviços de transporte de passageiros e equipamentos de lazer. Observou-se que o principal componente da oferta turística no município é praias e afins, o que caracteriza o turismo como de sol e mar. Os equipamentos de lazer precisam de atenção especial, pois foi o fator com média baixa de avaliação e segundo os residentes caracteriza-se por poucas opções. Conclui-se que, a oferta turística no município de Ilhéus necessita de atenção e investimento para que a infraestrutura do município atenda aos anseios de residentes e visitantes.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Percepção dos residentes. Oferta turística.

EVALUATION OF THE TOURISTIC OFFER IN THE MUNICIPALITY OF ILHÉUS (BAHIA) UNDER THE PERSPECTIVE OF IT'S RESIDENTS

Abstract

This research analyses the touristic offer in the municipality of Ilhéus, in the south Bahia, from the perspective of its residents. Specifically, it analyses the evaluation of the attractions, equipments, services and infrastructure of touristic facilities and identifies the most representative factors of the touristic offer. The research was based on 20 indicative information on touristic offer which have been worked on by descriptive statistics and by the factorial analysis. The indicators were distributed in six factors: beaches and related things, services and non-natural attractions, basic infrastructure, terrestrial roadways, transportantion services and leisure equipment. It was observed that the main component of the touristic offer are the beaches and things related to it (28,183% of the explained variance), which characterizes the tourism as of sun and sea. The leisure equipments need special

¹ Pesquisa realizada com recursos da Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb).

² Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)

³ Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela Universidade Estadual de Santa Cruz (2005) e professora assistente do Departamento de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) E-mail: aline_c_souza@hotmail.com

⁴ Professora Titular do Departamento de Ciências Econômica da Universidade Estadual de Santa Cruz – BA. E-mail: lifpinheiro@uesc.br

attention, once they were the factor with the lower rate in average evaluation, and according to the residents, it's characterizes by having few options. As a conclusion, it can be said that the touristic offer in Ilhéus needs more attention and investments, so that the municipality's infrastructure can fulfill the expectations of its residents and visitors.

KEYWORDS: Tourism. Perception of residents. Touristic offer.

1 Introdução

O turismo apresenta-se como atividade criadora de imagens e representações, lidando com os símbolos e signos de cada localidade, que envolvem usuários e sociedade receptora (MENDONÇA JÚNIOR, 2004), assim as viagens turísticas ocupam lugar de destaque nas relações econômicas, sociais e políticas das sociedades. Neste sentido, observa-se que há quatro agentes, cada um com seu papel, envolvidos nesta dinâmica: o turista, as empresas turísticas, a comunidade e o governo. Enquanto atividade econômica, o turismo movimentava fluxos de pessoas (regiões de emissão e recepção), gerando trocas comerciais e negócios (PIRES, 2004). O presente estudo tem como foco a oferta turística no município de Ilhéus, no sul da Bahia, numa perspectiva dos residentes.

Os impactos da atividade sobre a população das regiões que desenvolvem a atividade turística dependem da sociedade que o implanta e recebe, pois recai sobre esses indivíduos a responsabilidade de estabelecer democrática e coletivamente as bases nas quais a atividade turística em seu território vai se desenvolver. E neste sentido, observa-se que a estrutura também se caracteriza como produto turístico estando relacionada à estrutura física, paisagística e edificada de uma localidade, além da estrutura cultural, social e ideológica (Pires, 2004).

Dentre os diversos estudos que abordam o turismo sob o olhar dos residentes pode-se citar Schroeder (1996), que evidencia que embora vários estudos tenham medido ou determinado as imagens que visitantes têm de potenciais destinos turísticos, poucos tenham olhado para a imagem turística do ponto de vista dos residentes locais da área de destino. Pode-se esperar que a imagem que a população de acolhimento tem de sua área seja importante por causa de sua relação com dois aspectos do desenvolvimento do turismo: (1) pode exercer influência nos esforços políticos para promover e desenvolver o turismo, e (2) pode influenciar a imagem dos potenciais visitantes.

As pesquisas realizadas nessa temática salientam a importância da administração da atividade turística para garantir o atendimento das perspectivas dos turistas, a permanência

dos fluxos contínuos das visitas e a geração de benefícios sociais, culturais e econômicos para a comunidade local.

Cabe ressaltar que, o turismo tem se constituído uma das alternativas à economia cacaueteira que, nas duas últimas décadas, passou por grave crise levando a região a um estado de estagnação social e econômica, decorrente de uma conjunção de fatores estruturais e conjunturais que quebraram o ciclo produtivo da cultura, base da economia local. Assim, observar a percepção da comunidade com relação a essa atividade torna-se relevante, pois os visitantes utilizam a mesma estrutura que os residentes.

Neste contexto, o presente trabalho objetiva analisar a oferta turística do município de Ilhéus, no sul da Bahia, com foco na percepção dos residentes. Especificamente, pretende-se analisar a avaliação dos residentes quanto aos atrativos, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio turístico e, identificar os fatores mais representativos da oferta turística.

2 Oferta Turística: marco conceitual

De acordo com Lage e Milone (2001), a oferta turística é dividida em três categorias:

- Atrativos turísticos: entendido como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los;
- Equipamentos e serviços turísticos: entendido como o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas;
- Infraestrutura de apoio turístico: formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base tais como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos (água, esgoto, luz, sinalização, limpeza urbana, etc.).

Dentre os atrativos turísticos citam-se os naturais e culturais. Os elementos naturais constituem um dos principais conjuntos de motivadores das viagens de lazer, os quais reúnem diversas categorias de atrativos, como montanhas, serras, chapadas, vales, praias, restingas, mangues, baías, cabos, falésias, dunas, ilhas, arquipélagos, recifes, rios, lagos, lagoas, represas, pântanos, quedas d'água, fontes hidrominerais, fontes hidrotermais, unidades de conservação ambiental e cavernas (BENI, 2003).

Os atrativos culturais também apresentam diversas possibilidades de aproveitamento turístico. A simples visitação de atrativos de apelo cultural é, provavelmente, a forma mais difundida de aproveitamento. A visitação a museus e centros culturais, por exemplo, caracteriza-se como um dos elementos concretos mais evidentes do turismo (SANTOS, 2004).

Beni (2003) traz uma discussão detalhada sobre um dos componentes da oferta turística que denomina de “infraestrutura”, classificando-a em “infraestrutura geral” e “infraestrutura específica”. A “infraestrutura geral” é aquela cujo investimento serve a todos os setores da economia e ao setor turístico por incidente. É o conjunto de obras e instalações da estrutura física de base. Consistem em: rede viária, transportes, telecomunicações, segurança, distribuição de energia e água, captação de esgotos, iluminação e limpeza pública e outros. Enfim, engloba todos os serviços urbanos indispensáveis à qualidade de vida da população local e aos empreendimentos que venham a ser implantados.

A “infraestrutura específica” abrange os investimentos ocorridos em áreas de concentração turística. Engloba todo tipo de vias de acesso, energia e iluminação pública, pavimentação das ruas em locais essencialmente turísticos. Inclui os serviços de preservação e conservação do patrimônio natural e cultural (obras realizadas nos parques municipais e regionais e para proteção das encostas do litoral, preservando a paisagem integrada à configuração da orla marítima). Considera o sistema informativo e indicativo das áreas, locais, logradouros e instalações turístico-culturais e recreativas, instalação de equipamentos não convencionais de acesso (teleféricos de acesso a regiões montanhosas, rampas para saltos com asa-delta, acesso às praias e embocaduras de rios). Também incluem os locais para *camping*, equipamentos de conforto junto aos espaços culturais e de recreação (sanitários públicos, bebedouros, balneários com vestiários e outros); todos estes são elementos constituintes da “infraestrutura turística específica” (BENI, 2003).

Segundo Beni (2003), os indicadores da situação da oferta turística são: a existência ou não destes bens e serviços; o percentual de consumidores do turismo que os utilizam; o nível de atendimento e o grau de satisfação dos turistas; a imagem (avaliação) dos residentes.

Inskip apud Petrocchi citado por Santos (2004, p. 59) descreve o turismo por meio de um diagrama composto por três níveis de elementos. O ambiente natural, cultural e socioeconômico é colocado em posição central, recebendo o *status* de principal elemento do sistema de turismo. No segundo plano, estão os constituintes da infraestrutura específica, que envolve atrações e atividades turísticas, transportes, alojamentos, elementos institucionais e outros serviços e infraestrutura. O terceiro plano do modelo abarca todos os outros planos e

indica a possibilidade de consumo do produto por turistas e por habitantes locais, o que demonstra o compartilhamento da estrutura turística com os residentes do destino (Figura 1).



Figura 1 - Modelo teórico de enfoque estrutural de Inskeep.

Fonte: Inskeep apud Petrocchi, citado por Santos, 2004, p. 59

Hall, apud Santos (2004, p. 63) apresenta inter-relações mais detalhadas. Seu centro de atenções está na inter-relação entre demanda e oferta, que resulta no elemento denominado experiência turística. Esse, por sua vez, retroalimenta o sistema por meio de seus impactos econômicos, socioculturais, ambientais e políticos (Figura 2). Segundo o modelo, a experiência turística é resultado do encontro da demanda (caracterizada pelo turista) e da oferta (caracterizada pelo produto turístico). Especifica ainda que, há impactos na experiência turística, econômicos, socioculturais, ambientais e políticos, que influenciam na oferta turística. Pois de um lado existe a figura do turista (demandante), com sua cultura, suas motivações, suas experiências passadas e suas expectativas e imagens construídas. Do outro lado, existem os ofertantes, caracterizados pelas empresas do setor turístico, pelas instituições governamentais, pelos recursos naturais e socioculturais da localidade. Desse misto surge a experiência turística.

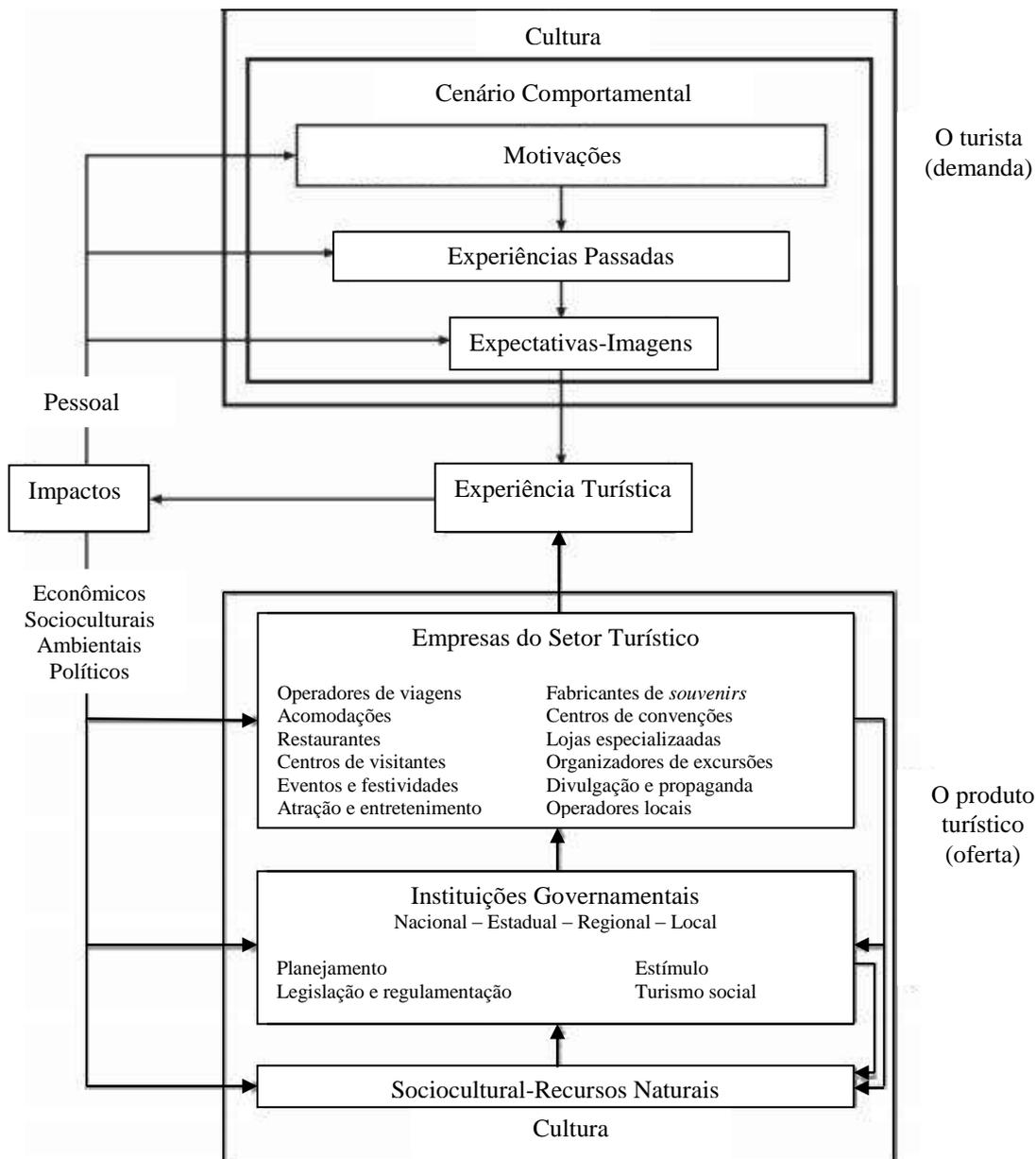


Figura 2 - Modelo teórico de enfoque estrutural de Hall.

Fonte: Hall apud Santos, 2004 modificado

Pelo lado da demanda, o cenário comportamental ganha força, pois os turistas são atraídos pelas imagens e informações, de forma a criar motivação para se deslocar ao destino. Assim, a experiência turística, segundo o autor, é fruto da integração dos atores do destino receptivo, a fim de transformar a localidade em um produto turístico sustentável e rentável para o desenvolvimento local, atraindo mais visitantes e proporcionando os efeitos positivos (multiplicadores) na economia.

Outro elemento fundamental da oferta turística é o conjunto de serviços públicos que são necessários ao ato do consumo turístico. Cada segmento de turismo gera maior ou menor

demanda por determinados serviços públicos necessários ao apoio ao turista, onde os serviços públicos são importantes para a viabilidade de fluxos turísticos em uma destinação turística e diferem dos serviços turísticos por terem como usuários, além dos turistas, a população local (MATTOS, 2003).

No contexto da oferta turística encontra-se o produto turístico, que segundo Andrade apud Mattos (2003) compõe-se de atividades e serviços ligados aos empreendimentos de hospedagem, aos bens de alimentação, aos transportes, e aos produtos típicos locais, além de visitas a locais diversos e utilização de equipamentos de lazer, tanto naturais como artificiais.

Lage e Milone (2001), num enfoque microeconômico, citam quatro fatores que influenciam a oferta de um produto turístico. São eles:

- Preço do produto turístico: quanto mais alto for o preço de mercado do produto turístico, maior será o incentivo aos produtores em aumentar sua oferta;
- Preços de outros bens e serviços: se os preços dos outros bens e serviços aumentarem e os preços dos produtos turísticos permanecem constantes, sua produção torna-se menos interessante em relação à produção dos outros bens e serviços e, conseqüentemente, sua oferta diminuirá;
- Preço dos fatores de produção: o preço dos fatores produtivos utilizados está diretamente relacionado com o custo final dos produtos do turismo e com o lucro dos produtos turísticos, e inversamente relacionado com a oferta dos produtos turísticos;
- Nível de avanço tecnológico: quanto maior for o avanço tecnológico, maior será o aproveitamento dos recursos disponíveis e, portanto, maior será a oferta dos produtos turísticos.

Ruschmann apud Mattos (2003), argumentam que o produto turístico é abstrato, pois durante o planejamento de uma viagem ou na compra de um pacote turístico, torna-se difícil ver ou tocar o produto desejado. Produto turístico somente é consumido a partir do momento em que o visitante chega ao destino e utiliza os serviços turísticos.

Observa-se que muitos elementos da oferta turística são utilizados pelos residentes, definindo o nível de qualidade de vida dos mesmos. Por outro lado, a qualidade de alguns elementos desta oferta depende do envolvimento e capacitação dos moradores locais (CERQUEIRA; FREIRE, 2008). A relação com os moradores locais pode se tornar um fator de diferenciação das áreas turísticas, onde os vários elementos da cultura regional podem agregar valor à imagem dos locais de visitação.

3 Metodologia da pesquisa

A pesquisa foi realizada através do levantamento de dados primários, especificamente, por meio de questionários aplicados aos residentes acima de 18 anos, no centro do município de Ilhéus, por entender ser uma área do município onde há possibilidade de acesso de pessoas de diferentes bairros. Inicialmente, para a construção do questionário utilizou-se como base a pesquisa de Noia (2008), em consonância com os objetivos da pesquisa e os indicadores listados.

No período de dezembro de 2009 a maio de 2010 o formulário tramitou pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP/UESC), com identificação do processo número 348/09, e iniciou-se o processo de coleta dos dados. Antes da coleta de dados foi realizado um pré-teste com o intuito de verificar possíveis dificuldades na aplicação dos formulários e possíveis ajustes nas perguntas aos respondentes. Após o pré-teste houve a realização da coleta de dados, através da aplicação dos formulários, realizada durante sete dias na primeira semana do mês de junho de 2010.

A amostra foi determinada com base na fórmula 01 para uma população finita, conforme Gil (2000, p. 144):

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot pqN}{e^2(N-1) + \sigma^2 pq} \quad (01)$$

onde:

n = tamanho da amostra

N = tamanho da população

p = proporção da população ($q = 1 - p$)

σ = nível de confiança estabelecido (desvio padrão da curva normal)

e^2 = erro máximo permitido

Chegou-se ao valor amostral de 187 formulários, onde foi evidenciado o valor com base no nível de confiança de 90%, com erro de 6% e população acima de 18 anos de idade do município de Ilhéus no valor de 135.350 habitantes (IBGE, 2007). Na aplicação, chegou-se ao valor final de 193 formulários aplicados e validados junto aos residentes do município de Ilhéus.

Após a coleta de dados, as questões foram tabuladas e analisadas, para obtenção dos resultados de estatística descritiva e posterior análise fatorial dos dados, por meio do *software Statistical Package for Social Sciences - SPSS*, que se trata de um dos programas estatísticos mais utilizados nas ciências sociais (BRUNI, 2009).

O formulário aplicado na pesquisa foi misto, composto por questões objetivas quantitativas e qualitativas, múltipla escolha, questões abertas e questões de pesquisa de opinião utilizando a escala de *Likert*. Proposta por Rensis Likert em 1932, esta é uma escala em que os respondentes são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de concordância/discordância (MATTAR, 1996).

Em cada item atribuiu-se um número que refletisse a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação: ótimo (5), bom (4), regular (3), ruim (2) e péssimo (1). Em se tratando do município de Ilhéus, a pesquisa abordou informações dos 20 indicadores da oferta turística que foram trabalhados pela estatística descritiva e pela análise fatorial, conforme descrição abaixo:

Os equipamentos e serviços:

- X1 = equipamentos de lazer;
- X2 = bares/restaurantes;
- X3 = barracas das praias;
- X4 = artesanatos/comércio/compras;
- X5 = diversões noturnas;
- X6 = sinalização turística;
- X7 = serviços de táxi;
- X8 = sanitários das barracas das praias.

A infraestrutura:

- X9 = estradas de acesso;
- X10 = saneamento básico;
- X11 = terminal rodoviário;
- X12 = segurança pública;
- X13 = comunicações;
- X14 = sinalização urbana;
- X15 = limpeza pública;
- X16 = ônibus urbano;
- X17 = aeroporto.

Das praias:

X18= qualidade ambiental das praias;

X19= limpeza das praias;

X20= segurança das praias.

Tendo como referência os trabalhos de Sharma (1996), Malhota (2001), Cerqueira (2002), Maroco (2003), Paz et al. (2006) e Santana (2009), a análise fatorial, como um método da estatística multivariada, consiste em processos de redução e sumarização dos dados, de forma que poucos fatores sejam representativos do todo.

A análise fatorial não se refere a uma única técnica estatística, mas a uma variedade de técnicas relacionadas para tornar os dados observados mais facilmente (e diretamente) interpretados. Isto é feito analisando-se os inter-relacionamentos entre as variáveis de tal modo que estas possam ser descritas convenientemente por um grupo de categorias básicas, em número menor que as variáveis originais, chamado de fatores. Assim, o objetivo da análise fatorial é a parcimônia, procurando definir o relacionamento entre as variáveis de modo simples e usando um número de fatores menor que o número original de variáveis. No trabalho proposto os 20 indicadores representam grande número de variáveis, que através da análise fatorial foram reduzidos, de forma que os poucos fatores fossem representativos do todo.

Em linhas gerais, o que se espera é que as variáveis originais X_i , $i=1, 2, \dots, p$ estejam agrupadas em subconjuntos de novas variáveis mutuamente não correlacionadas, sendo que a análise fatorial teria como objetivo o encontro destes fatores de agrupamento. Deste modo, em casos nos quais se tem um número grande de variáveis medidas e correlacionadas entre si, seria possível, a partir da análise fatorial, identificar se um número menor de novas variáveis alternativas, não correlacionadas e que de algum modo sumarizassem as informações principais das variáveis originais (MINGOTI, 2005).

Matematicamente, a análise fatorial assemelha-se à regressão múltipla, pois, cada variável é expressa como uma combinação linear de fatores subjacentes e fatores comuns. A porção da variância que uma variável compartilha com todas as outras variáveis consideradas é chamada de cumunalidade. Assim, na análise fatorial, cada indicador x_i representa uma combinação linear de m fatores comuns e de um fator específico. Para o i -ésimo indicador, tem-se:

$$x_{ij} = a_{i1}f_{1j} + a_{i2}f_{2j} + \dots + a_{im}f_{mj} + u_i y_{ij}, \text{ ou} \quad (02)$$

Ou seja,

$$x_{ij} = \sum_{p=1}^m a_{ip}f_{pj} + u_i y_{ij} \quad (03)$$

em que f_{pj} é o valor do p -ésimo fator comum para a j -ésima observação. Ou seja, é o valor dos fatores comuns desde que todos os indicadores sejam expressos em função deles; a_{ip} é coeficiente; u_i é coeficiente; y_{ij} representa o j -ésimo valor do i -ésimo fator específico. Ou seja, é o valor único que representa a parte não explicada pelos fatores comuns.

A análise fatorial é realizada em várias etapas. A primeira etapa determina a matriz das correlações entre as variáveis originais. Considerando L observações para os n indicadores, X_{ij} (com $i = 1, 2, 3, \dots, n$ e $j = 1, 2, 3, \dots, L$) a j -ésima observação do i -ésimo indicador, e que a padronização dos indicadores é realizada, define-se a matriz de correlações simples entre os indicadores.

Na segunda etapa, calculam-se os fatores necessários para representar as variáveis. Neste trabalho, os fatores foram extraídos pelo método dos componentes principais. O fator 1 representa a combinação linear que extrai a maior percentagem de variância dos indicadores. O fator 2 é a próxima combinação linear que maximiza o percentual da variância restante. Os demais fatores seguem o mesmo princípio. Ademais, os fatores extraídos são independentes entre si (são ortogonais).

Na terceira etapa, os fatores extraídos são submetidos a uma rotação. O objetivo da rotação ortogonal consiste em transformar os fatores obtidos em novos fatores independentes. Com isso, espera-se que os indicadores que tenham correlação mais forte entre si estejam dentro de um mesmo fator, facilitando a interpretação dos mesmos. A rotação altera a parcela de contribuição de cada fator, mas mantém os valores das comunalidades, ou seja, mantém a proporção da variância explicada pelo conjunto de fatores. O critério utilizado de transformação ortogonal dos fatores foi o *Varimax*.

3.1 Estatística associada à análise fatorial

O teste de esfericidade de *Bartlett* consiste em uma estatística de teste usada para examinar a hipótese de que as variáveis não sejam correlacionadas na população, ou seja, testa se a matriz de correlação da população é uma matriz de identidade em que cada variável se correlaciona com ela própria ($r=1$) e não apresenta correlação com as outras variáveis ($r=0$). Valores elevados da estatística do teste confirmam a rejeição da hipótese e torna conveniente a análise fatorial.

O teste *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* também conhecido como medida de adequabilidade da amostra é um índice usado para avaliar a adequabilidade da análise fatorial. Valores entre 0,5 e 1,0 indicam que a análise fatorial é apropriada. Valores abaixo indicam que a análise fatorial é inadequada. Sharma (1996), Malhota (2001), Maroco (2003) e Paz et al. (2006) recomendam que o valor *KMO* seja acima de 0,6 e próximo a 1.

Em relação ao número de fatores que representaram todas as variáveis, este valor é determinado com base em autovalores (*eigenvalue*), que representa a variância explicada por cada fator. São colhidos fatores com autovalores (variâncias) superiores a um. No mais, a quantidade de fatores aceitáveis é baseado na porcentagem acumulada da variância obtida e extraída, que deve ser de no mínimo 60%, de acordo com Malhota (2001).

Foram considerados os coeficientes de correlação entre cada fator e os indicadores, baseadas nas cargas fatoriais acima de 0,50. Assim, foi possível interpretar as características de cada fator a partir das variáveis que o compõem.

4. Avaliação da Infraestrutura de Oferta Turística no Município de Ilhéus

O turismo no município de Ilhéus apresenta-se como atividade econômica num período de crise na lavoura cacaueteira (em meados de 1990). E desde então vem passando por uma transição, principalmente do fator trabalho, que passou de uma atividade agrícola para uma atividade na área de serviços que exige muito da mão-de-obra existente.

Neste sentido, buscou-se analisar a visão dos residentes sobre a oferta turística do município como forma de avaliar, por um olhar interno, o funcionamento e qualidade da infraestrutura, equipamentos, serviços e as praias, principais elementos da oferta turística.

Quanto à categoria infraestrutura, com exceção de comunicações e segurança pública, os itens colocados foram avaliados como regular (com percentuais acima de 32%). Ao especificar cada item, percebe-se que, conforme Tabela 1, as estradas de acesso foram avaliadas como regular por 41,4% das pessoas, e 31,6% avaliaram entre bom e ótimo.

Com relação ao saneamento básico, 35,7% das pessoas avaliaram como regular, e 56% avaliaram entre ruim e péssimo. Aqui cabe um recorte, têm-se consciência que tratar de saneamento básico é tratar de um tema amplo e complexo, que não é objetivo do presente trabalho, mas faz-se necessário indagar sobre esses números. O saneamento básico, envolve basicamente: abastecimento de água, esgotamento sanitário, drenagem urbana, resíduos sólidos, limpeza urbana e controle de vetores transmissores de doenças. Assim, essa informação de que 91,8% dos residentes abordados consideram entre regular e péssimo, reflete a má qualidade do abastecimento desse serviço, com: dias sem abastecimento de água, ruas com esgotamento sanitário precário, ruas sem drenagem das águas fluviais ou com entupimentos, ineficiência da coleta de lixo (principalmente no verão), dentre outros problemas vivenciados pelos residentes. O reflexo está no item sobre limpeza pública que 37,8% das pessoas avaliaram como regular, e 50,3% avaliaram entre péssimo e ruim.

Com relação ao terminal rodoviário, 33,7% das pessoas avaliaram como regular, e 45,6% avaliaram entre ruim e péssimo. Com relação à segurança pública, 31,1% das pessoas avaliaram como péssimo, que somado ao ruim totalizam 54,9%.

No que se refere às comunicações, 36,8% das pessoas avaliaram como bom, 28,5% como regular, 17,6% avaliaram como péssimo. Neste item, não se sabe o grau de entendimento que cada respondente teve, mas imaginando que seja algo voltado para o processo de informação, esse foi o item mais bem avaliado. Com relação à sinalização urbana (geral), 36,8% das pessoas avaliaram como regular, 23,3% como bom, 17,6% como péssimo e 17,1% avaliaram como ruim.

Tabela 1 - Avaliação da infraestrutura com base na escala de *Likert*.

INFRAESTRUTURA	ÓTIMO (5)	BOM (4)	REGULAR (3)	RUIM (2)	PÉSSIMO (1)	NÃO SABE
Estradas de acesso	4,1%	27,5%	41,4%	14,0%	8,3%	4,7%
Saneamento básico	-	7,8%	35,7%	25,4%	30,6%	0,5%
Terminal rodoviário	5,2%	14,5%	33,7%	16,6%	29,0%	1,0%
Segurança pública	0,5%	15,5%	27,5%	23,8%	31,1%	1,6%
Comunicações	8,3%	36,8%	28,5%	8,3%	17,6%	0,5%
Sinalização urbana	4,2%	23,3%	36,8%	17,1%	17,6%	1,0%
Limpeza pública	1,0%	9,9%	37,8%	24,9%	25,4%	1,0%
Ônibus urbano	6,2%	22,3%	32,1%	13,0%	25,4%	1,0%
Aeroporto	9,9%	32,1%	32,6%	5,7%	4,2%	15,5%

Quanto ao serviço de ônibus urbano (Tabela 1), 32,1% das pessoas avaliaram como regular, 25,4% como péssimo, 22,3% como bom e 13% avaliaram como ruim. Com relação ao aeroporto, 32,6% das pessoas avaliaram como regular, 32,1% como bom, e 15,5% não souberam responder (talvez por não conhecer o aeroporto).

Conforme a Figura 3, as médias dos itens da escala de *Likert* sobre a infraestrutura turística, notou-se que nenhum dos itens avaliados atingiram média iguais ou superiores a 4 (de bom para ótimo) e apenas o item Comunicações obteve média regular 3,08 (entre regular e bom). Os itens: estradas de acesso (2,91), aeroporto (2,91), sinalização urbana (2,76), ônibus urbano (2,68), terminal rodoviário (2,47), limpeza pública (2,33), segurança pública (2,26) e saneamento básico (2,2) tiveram médias entre ruim e regular, revelando por parte dos residentes as carências de infraestrutura que necessitam de investimento, onde o conjunto de obras e instalações de estruturas físicas de base, que são essenciais para a adequação do local, para a recepção de turistas, para o desenvolvimento econômico local e conseqüente valorização da qualidade de vida de sua população residente.



Figura 3 - Médias da infraestrutura com base na escala de Likert.

Quanto a avaliação dos equipamentos e serviços (Tabela 2), os item que obtiveram melhores, com avaliações entre bom e ótimo, foram: serviços de taxi (71%), artesanato, comércio e compras (65,3%) e barracas das praias (42,4%). Os itens com as piores, avaliações com maior percentual no péssimo, foram: sanitários das barracas das praias (46,6%), diversões noturnas (32,6%) e equipamentos de lazer (27,5%). Os resultados demonstram a

necessidade de investimento no lazer, e um cuidado especial na qualidade dos estabelecimentos (manutenção de banheiros e cozinhas nas barracas de praia) e serviços (formas e qualidade no atendimento).

Com relação aos bares e restaurantes, 39,9% das pessoas avaliaram como regular, e 42,5% avaliaram entre bom e ótimo. Com relação à sinalização turística, 28,5% das pessoas avaliaram como regular, 21,8% como bom, 20,7% como ruim e 17,6% avaliaram como péssimo.

Tabela 2 - Avaliação dos equipamentos e serviços com base na escala de Likert.

EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS	ÓTIMO (5)	BOM (4)	REGULAR (3)	RUIM (2)	PÉSSIMO (1)	NÃO SABE
Equipamentos de lazer	2,1%	8,8%	24,9%	26,4%	27,4%	10,4%
Bares/restaurantes	4,7%	37,8%	39,9%	3,6%	10,4%	3,6%
Barracas das praias	6,7%	35,7%	30,6%	7,3%	16,6%	3,1%
Artesanato/comércio/compras	15%	50,3%	23,8%	6,7%	2,6%	1,6%
Diversões noturnas	1,0%	7,3%	21,8%	26,9%	32,6%	10,4%
Sinalização turística	4,1%	21,8%	28,5%	20,7%	17,6%	7,3%
Serviços de taxi	18,7%	52,3%	21,8%	3,6%	-	3,6%
Sanitários de barracas das praias	1,0%	5,2%	21,8%	19,2%	46,6%	6,2%

Conforme Figura 4, as médias dos itens da escala de *Likert* sobre os equipamentos e serviços, notou-se que nenhum item superior a média 4 (o que caracteriza como bom). Os itens serviços de táxi (3,89), artesanato/compras (3,83), bares/restaurantes (3,23), barracas das praias (3,09) estão com avaliação entre regular e bom. Os itens sinalização turística (2,72), equipamentos de lazer (2,23) e diversões noturnas (2,07) tiveram avaliação entre ruim e regular, e sanitários de barracas das praias (1,87) obteve avaliação entre péssimo e ruim. Os dados revelam a percepção negativa dos residentes, uma vez que eles usam estes serviços com mais frequência que os turistas; e demonstra a falta de investimentos em áreas específicas da atividade turística no município. Em contrapartida, o serviço das barracas das praias teve média regular, embora o serviço de sanitário das mesmas seja um item bastante criticado pelos respondentes.

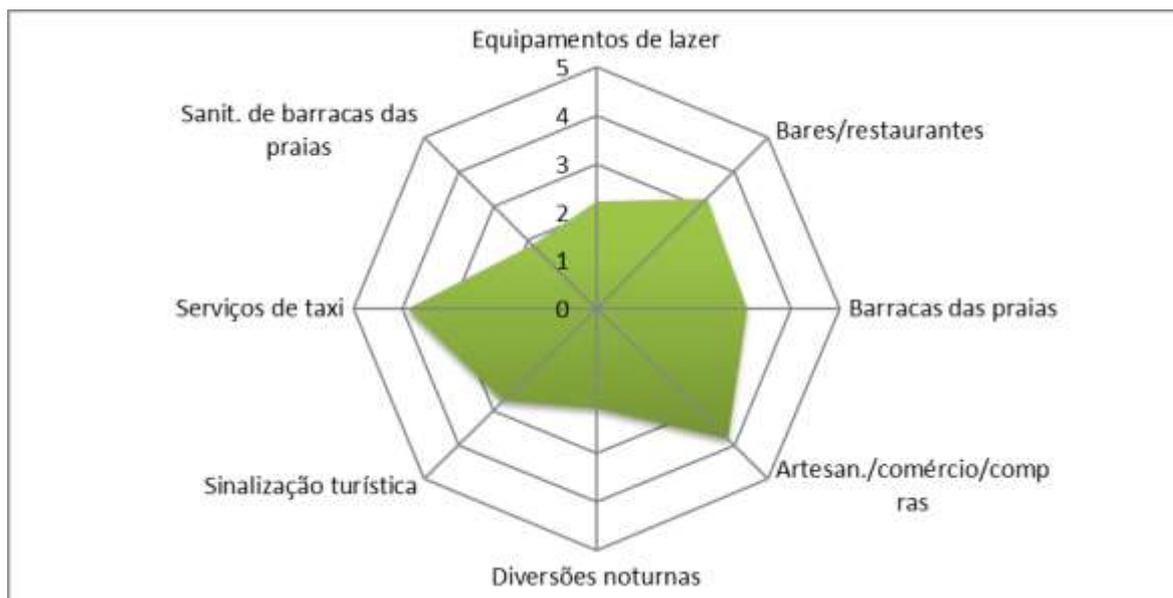


Figura 4 - Médias dos equipamentos e serviços com base na escala de Likert.

Observa-se que as praias apresenta-se no município como grande atrativo turístico, o que caracteriza o município como turismo de sol e mar. Assim, a avaliação dos residentes sobre a qualidade ambiental das praias (Tabela 3) foi: 38,3% das pessoas avaliaram como regular, 23,8% como bom, 16,6% como ótimo e 10,9% avaliaram como ruim. Com relação à limpeza das praias, 32,1% das pessoas avaliaram como regular, 26,4% como péssimo, 21,8% como ruim e 16,6% avaliaram como bom. Com relação à segurança nas praias, 40,4% das pessoas avaliaram como péssimo, 22,3% como regular, 21,2% como ruim e 10,4% avaliaram como bom.

Tabela 3 - Avaliação das praias com base na escala de Likert.

PRAIAS	ÓTIMO (5)	BOM (4)	REGULAR (3)	RUIM (2)	PÉSSIMO (1)	NÃO SABE
Qualidade ambiental	16,6%	23,8%	38,3%	10,9%	7,3%	3,1%
Limpeza	2,1%	16,6%	32,1%	21,8%	26,4%	1,0%
Segurança	1,6%	10,4%	22,3%	21,2%	40,4%	4,1%

De acordo com a Figura 5, as médias dos itens da escala de *Likert* sobre praias, notou-se que nenhum item foi superior a média 4. O item qualidade ambiental obteve média 3,22 com avaliação entre regular e bom, revelando o ponto forte da atividade turística do município que são as belezas naturais. O item limpeza das praias (2,43) obteve avaliação entre ruim e regular. A segurança nas praias (1,99) obteve média entre péssimo e ruim. Os respondentes

observaram que, os dois últimos itens, recebem maior atenção quando acontecem eventos esporádicos no local.

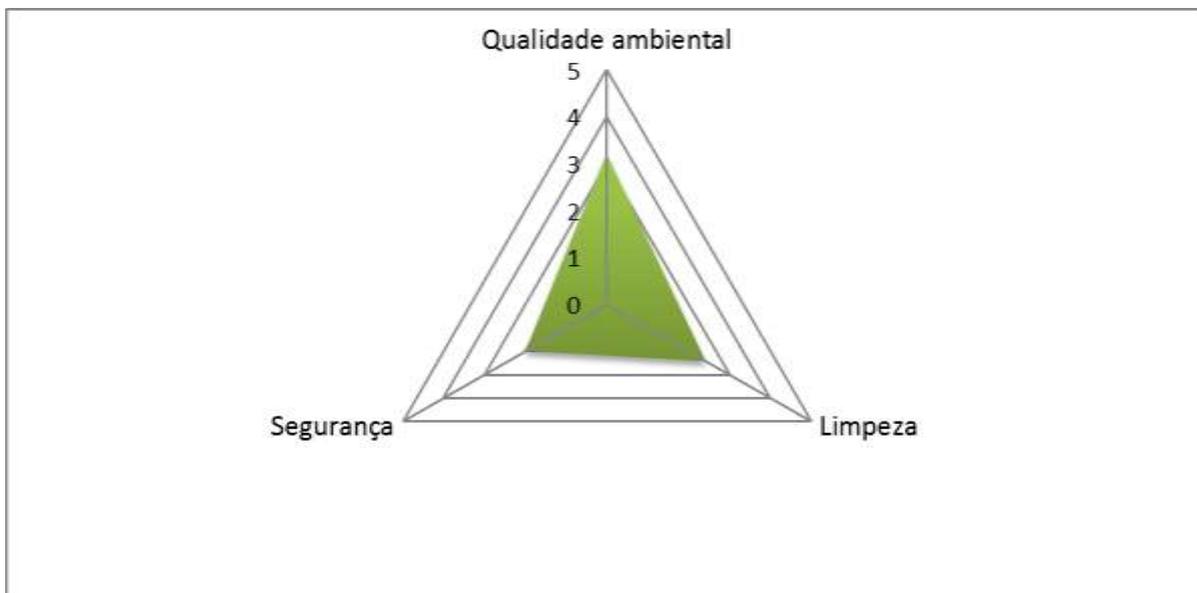


Figura 5 - Médias das praias com base na escala de *Likert*.

4.1 Componentes principais da oferta turística, disponibilizados pelos respondentes.

Com o intuito de reduzir o número de variáveis aplicou-se a análise fatorial, pelo método dos componentes principais. Para tanto, utilizou-se a matriz 193x20, referente as 20 variáveis (indicadores avaliados por meio de notas) e 193 observações (números de residentes entrevistados). Por *default*, via rotação *varimax*, com 16 interações, foram extraídos seis (6) fatores, por possuírem raízes características (*eigenvalue*) maiores que 1, de acordo com a Tabela 4.

Esses fatores captaram 62,9% da variância total dos 20 indicadores da infraestrutura turística de Ilhéus (Tabela 5). A comunalidade indica a porção da variância explicada pelo conjunto dos fatores (ou porção da variância que uma variável compartilha com todas as outras variáveis consideradas). Observa-se, nesta tabela, que a comunalidade de cada indicador varia entre 0,48288 e 0,79335; nesse caso, mais que 50% da variância das variáveis foram explicadas pelos seis fatores. As estatísticas *Bartlett's Test of Sphericity* (1255,444, $p < 0,001$) e *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) (0,787) constataram, respectivamente, a conveniência do modelo fatorial e a adequabilidade da amostra.

Tabela 4 - Análise da variância total dos dados dos indicadores.

Variáveis	Total	% Variância	% Acumulado
Indicador 1 - Estradas de acesso	5,636628147	28,18314074	28,18314074
Indicador 2 - Saneamento básico	1,887684973	9,438424865	37,6215656
Indicador 3 - Terminal rodoviário	1,541271635	7,706358174	45,32792377
Indicador 4 - Segurança Pública	1,343571706	6,717858528	52,0457823
Indicador 5 - Comunicações	1,097306059	5,486530293	57,5323126
Indicador 6 - Sinalização urbana	1,077103475	5,385517375	62,91782997
Indicador 7 - Limpeza Pública	0,928304694	4,641523469	67,55935344
Indicador 8 - Ônibus urbano	0,798955714	3,994778569	71,55413201
Indicador 9 - Aeroporto	0,77377377	3,868868849	75,42300086
Indicador 10 - Equipamentos de lazer	0,699752247	3,498761236	78,92176209
Indicador 11 - Bares/restaurantes	0,604965959	3,024829795	81,94659189
Indicador 12 - Barracas das praias	0,571744798	2,858723991	84,80531588
Indicador 13 - Artesanato/comércio	0,542942762	2,714713808	87,52002969
Indicador 14 - Diversões noturnas	0,482738597	2,413692985	89,93372267
Indicador 15 - Sinalização turística	0,452348045	2,261740225	92,1954629
Indicador 16 - Serviços de taxi	0,390804512	1,954022559	94,14948546
Indicador 17 - Sanitários das barracas	0,345408335	1,727041676	95,87652713
Indicador 18 - Qualidade ambiental	0,341336911	1,706684553	97,58321169
Indicador 19 - Limpeza das praias	0,289653174	1,448265868	99,03147755
Indicador 20 - Segurança das praias	0,193704489	0,968522446	100

Fonte: Dados da pesquisa

Da matriz rotacionada dos fatores (Tabela 5), consideram-se apenas as cargas fatoriais com magnitudes acima de 0,50, as quais estão destacadas em negrito. Dessa forma, as variáveis que apresentaram cargas fatoriais menores que 0,50 não foram levadas em conta, ou seja, como observado na Tabela 5, apenas as variáveis que apresentaram cargas fatoriais maiores que 0,50 foram consideradas na composição e interpretação dos fatores. Por fim, cada fator foi nomeado de acordo com as características dessas variáveis.



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

Tabela 5 - Matriz Rotacionada: cargas fatoriais e comunalidades dos 20 indicadores (variáveis), relacionadas à infraestrutura turística do município de Ilhéus.

Variáveis	Cargas Fatoriais						Comunalidade
	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5	Fator 6	
Indicador 1 - Estradas de acesso	0,09916	0,352548	0,255683	0,705817	0,18364	-0,173143	0,761374969
Indicador 2 - Saneamento básico	0,030395	0,737828	0,100064	0,004402	0,01137	-0,142579	0,575804214
Indicador 3 - Terminal rodoviário	0,28488	0,428207	0,20014	0,572684	-0,0077	-0,2962	0,720335873
Indicador 4 - Segurança Pública	0,470549	0,134293	0,563141	0,145266	0,07624	0,0478661	0,58578486
Indicador 5 - Comunicações	0,102315	0,187396	0,740381	-0,30103	0,13831	-0,035373	0,704749541
Indicador 6 - Sinalização urbana	0,004329	0,371372	0,61181	0,123469	0,09892	0,1243987	0,552752414
Indicador 7 - Limpeza Pública	0,162458	0,156747	0,127551	0,714778	0,22284	-0,075198	0,633450024
Indicador 8 - Ônibus urbano	0,11592	0,677987	0,122404	-0,01499	0,35141	0,1622377	0,638121994
Indicador 9 - Aeroporto	0,423915	0,262989	0,062962	-0,16868	0,54228	-0,08636	0,582812651
Indicador 10 - Equipamentos de lazer	0,065738	0,1556	0,346412	-0,06995	-0,0126	0,7998558	0,793356927
Indicador 11 - Bares/restaurantes	0,528043	0,587429	-0,04042	0,019626	0,05016	0,3444003	0,747048356
Indicador 12 - Barracas das praias	0,629945	0,317389	0,011417	0,066124	0,2404	0,2427506	0,618786892

Indicador 13 - Artesanato/comércio/compras	0,655805	-0,10423	0,058818	-0,01528	0,15856	0,1862434	0,504466147
Indicador 14 - Diversões noturnas	0,228688	0,63882	0,081796	0,045869	0,02212	0,1149464	0,48288607
Indicador 15 - Sinalização turística	0,14171	-0,1614	0,663747	0,101562	0,10253	0,2488085	0,569425374
Indicador 16 - Serviços de taxi	0,016038	0,065696	0,284228	0,115003	0,79202	0,034538	0,72707815
Indicador 17 - Sanitários das barracas	0,57425	0,053554	-0,15059	0,165075	0,41256	-0,001388	0,552765079
Indicador 18 - Qualidade ambiental	0,576732	0,271507	0,174347	-0,22946	0,02665	-0,245064	0,550152569
Indicador 19 - Limpeza das praias	0,675981	0,205023	0,248589	0,279217	-0,0440	-0,084027	0,647740993
Indicador 20 - Segurança das praias	0,685545	0,177668	0,312036	0,099132	-0,1323	-0,091828	0,634672894
% da variância explicada (pelo fator)	28,183	9,438	7,706	6,718	5,487	5,386	

Vol 7, N° 17 (diciembre/desembro 2014)

Por meio da análise multivariada, pode-se destacar a importância dos indicadores da atividade turística, separados por fatores (Tabela 6), segundo os residentes do município de Ilhéus.

O fator 1 denominado “Praias e afins”, com 28,18% da variância, mostra os componentes do principal atrativo de turistas ao município de Ilhéus, que se caracteriza pelo lazer de sol e mar. Por meio da estatística descritiva, observa-se a importância destes indicadores para a movimentação turística da cidade, mas que necessita de maior atenção e investimento para melhor comodidade e segurança de seus usuários.

Tabela 6 - Indicadores da infraestrutura turística do município de Ilhéus e suas respectivas cargas fatoriais.

Fator	Carga Fatorial
Fator 1 - Praias e afins	
Indicador 12 - Barracas das praias	0,629944691
Indicador 13 - Artesanato/comércio/compras	0,655805132
Indicador 17 - Sanitários das barracas	0,574250064
Indicador 18 - Qualidade ambiental	0,576731995
Indicador 19 - Limpeza das praias	0,675981056
Indicador 20 - Segurança das praias	0,685545331
Fator 2 - Serviços e atrativos não naturais	
Indicador 2 - Saneamento básico	0,737827962
Indicador 8 - Ônibus urbano	0,677987072
Indicador 11 - Bares/restaurantes	0,587428598
Indicador 14 - Diversões noturnas	0,638820397
Fator 3 - Infraestrutura básica	
Indicador 4 - Segurança Pública	0,563141407
Indicador 5 – Comunicações	0,740381236
Indicador 6 - Sinalização urbana	0,611810252
Indicador 15 - Sinalização turística	0,663747294
Fator 4 - Vias terrestres	
Indicador 1 - Estradas de acesso	0,705817086

Indicador 3 - Terminal rodoviário	0,572683802
Indicador 7 - Limpeza Pública	0,714778439
Fator 5 - Serviços de transporte de passageiros	
Indicador 9 – Aeroporto	0,542282932
Indicador 16 - Serviços de taxi	0,792023091
Fator 6 –Equipamentos de lazer	
Indicador 10 - Equipamentos de lazer	0,799855771

Fonte: Dados da pesquisa

O fator 2 nomeado “Serviços e atrativos não-naturais”, responsável por 9,43% da variância dos dados, mostra indicadores como Saneamento Básico, Ônibus Urbano, Bares/restaurantes, Diversões Noturnas. Por meio da estatística descritiva, observa-se necessidade de investimento nestes setores para atrair mais visitantes ao município e melhorar as condições básicas de saneamento e transporte urbano.

O fator 3 denominado “Infraestrutura básica”, composta por Segurança Pública, Comunicação, Sinalização Urbana e Sinalização Turística, respondeu por 7,7% da variância total dos dados, indica componentes essenciais para o desenvolvimento urbano do município, mas que pela análise das respostas dos residentes do município de Ilhéus são itens que precisam de um pouco de atenção.

O fator 4 “Vias terrestres”, com Estradas de Acesso, Terminal Rodoviário e Limpeza Pública, responsável por 6,71% da variância dos dados, revela a principal forma de acesso ao município de Ilhéus, que é pelas estradas. Os indicadores que compõem este fator necessitam de grandes investimentos em manutenção constante, pois é a porta de entrada da cidade. Pela análise da estatística descritiva estes itens foram criticados pelos respondentes.

O fator 5 denominado “Serviços de transporte de passageiros”, responsável por 5,48% da variância total, mostra a outra forma de acesso ao município de Ilhéus que é pelo aeroporto e o uso dos serviços de táxi pelos turistas que chegam à cidade. Estes componentes tiveram avaliações positivas por parte dos residentes. Cabe ressaltar que são serviços utilizados de forma esporádica pela população local.

O fator 6 “Equipamentos de lazer”, respondeu por 5,38% da variância, revela outros itens pouco explorados no município de Ilhéus, equipamentos turísticos como: mirantes, praças, parques, museus, exposições etc. Este indicador foi criticado pelos respondentes, pois há pouca oferta de equipamentos de lazer.

Na Figura 6 foram avaliados os fatores pela escala de *Likert*, com médias: Fator 1 - Praias e afins (2,74); Fator 2 - Serviços e atrativos não naturais (2,54); Fator 3 - Infraestrutura

básica (2,7); Fator 4 - Vias terrestres (2,57); Fator 5 - Serviços de transporte de passageiros (3,4); e Fator 6 – Equipamentos de lazer (2,23). Os dados demonstram que o Fator 5 (serviços de transporte de passageiros) foi melhor avaliado pelos residentes do município de Ilhéus.

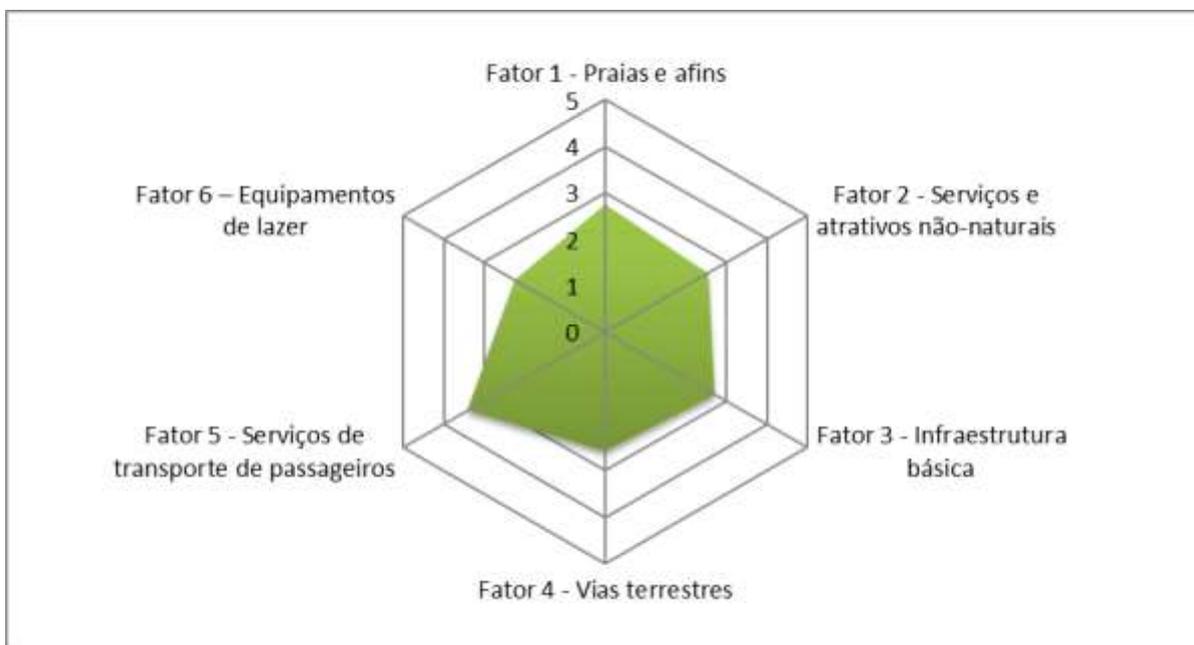


Figura 6 - Escala de Likert dos fatores da atividade turística de Ilhéus.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A visão que os próprios residentes têm quanto ao turismo é um importante indicador da realidade local, pois demonstra os usos e recursos utilizados pela comunidade e também pelo visitante. E isso pode contribuir para a garantia de melhora e desenvolvimento dos produtos turísticos, tanto com contribuições individuais quanto às políticas públicas, agregando valores aos diversos produtos turísticos que se possam desenvolver.

Quanto a avaliação da infraestrutura, equipamentos e serviços e praias observa-se que todos os itens precisam de atenção especial pelos gestores públicos e empresários locais, pois a sua oferta carece de melhorias, principalmente os sanitários das barracas de praia e a segurança nas praias que obtiveram avaliação média entre péssimo e ruim. Além disso, o município precisa de uma atenção especial na infraestrutura urbana (estradas de acesso, sinalização urbana, transporte, limpeza pública, segurança pública, saneamento básico) e infraestrutura turística (sinalização turística, equipamentos de lazer, diversões noturnas), pois

se os residentes sentem que são componentes que precisam melhorar, os visitantes terão sensação semelhante.

Cabe ressaltar que os residentes avaliaram entre regular e bom: a comunicação, serviços de taxi, artesanato/compras, bares e restaurantes, barracas de praia e a qualidade ambiental das praias.

Assim, de acordo com o estudo dos componentes da análise fatorial foi possível descrever os itens de maior necessidade de investimentos, os quais apresentam as maiores cargas fatoriais, onde seu planejamento é vital para empreendimentos qualificados do setor se concretizem.

A partir do estudo das médias dos fatores é possível identificar as áreas ou objetos da oferta turística que necessita de maiores projetos e investimentos, sendo que podem auxiliar os gestores públicos e privados, além dos representantes da sociedade em geral no planejamento que vise o desenvolvimento de ações estratégicas para o fomento da oferta turística, e que busque benefícios aos residentes e visitantes, sem que o município dependa dos períodos sazonais do turismo de sol e praia, pois já constatou-se a fragilidade deste segmento turístico e a busca por alternativas é um passo importante para o desenvolvimento socioeconômico do município.

REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 8 ed. São Paulo: SENAC, 2003.

BRUNI, A. L. **SPSS aplicado à pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2009.

CERQUEIRA, C. A. **Análise estrutural do turismo do município de Ilhéus (BA)**. Piracicaba, 2002, 167 f. Dissertação (Mestrado) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo.

CERQUEIRA, C. A. de; FREIRE, C. R. F. O turismo do município de Itacaré (BA): Uma aplicação da análise fatorial para estimar os fatores determinantes da oferta turística na alta estação do ano de 2006. **Revista Desenhávia**, Salvador, v. 05, n 9, p.117-142, set.2008.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Ilhéus**. 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php>>. Acesso em: 01 jun. 2009.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2001.

MALHOTA, N. K. **Pesquisa em marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAROCO, J. **Análise estatística com utilização do SPSS**. Lisboa: Edições Silabo, 2003.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução, análise. São Paulo: Atlas, 1996.

MATTOS, S. L. O. **Análise da adequação da oferta turística de Ilhéus em relação ao perfil de sua demanda**: ênfase em hospedagem. Ilhéus, 2003, 189 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) – Universidade Estadual de Santa Cruz.

MENDONÇA JÚNIOR, Érico Pina. **Marketing e Competitividade no Turismo da Bahia**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2004.

MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

NOIA, A. C. **Por uma perspectiva endógena do turismo**: avaliação, expectativas,

participação e identidade de residentes da cidade de Ilhéus – BA. Ilhéus, 2008, 116 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) – Universidade Estadual de Santa Cruz.

PAZ, M. et al. Avaliando a intensidade da modernização da agropecuária gaúcha: uma aplicação de análise fatorial e cluster. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44, Fortaleza, 2006. **Anais...Fortaleza: SOBER, 2006.**

PIRES, E. V. Impactos Sócio-culturais do turismo sobre as comunidades receptoras: uma análise conceitual. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 4, n. 3, 2004, p. 14-18.

SANTANA, T. B. **Oferta Turística do Município de Itacaré (BA)**: uma análise multivariada dos anos 2006 e 2007. Ilhéus, 2009, 56 f. Monografia (Graduação) – Universidade Estadual de Santa Cruz.

SANTOS, G. E. O. **Modelo Gravitacional do Turismo**: proposta teórica e estudo empírico dos fluxos turísticos do Brasil. São Paulo, 2004, 176 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

SCHROEDER, T. The relationship of resident's image of their state as a tourist destination and their support for tourism. **Journal of Travel Research**, p. 71-73, Spring. 1996.

SHARMA, S. **Applied multivariate techniques**. New York: John Wiley & Sons, 1996.