

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – FEAC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

EDUARDA LOPES ROSA

A IMPORTÂNCIA DA ESTATÍSTICA COMO FERRAMENTA PARA O
PLANEJAMENTO TURÍSTICO

MACEIÓ
2018

EDUARDA LOPES ROSA

A IMPORTÂNCIA DA ESTATÍSTICA COMO FERRAMENTA PARA O
PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Federal de
Alagoas como um dos requisitos para
obtenção do título de bacharela em
Administração.

Orientadora: Prof^a Dr^a Ana Paula Lima
Marques Fernandes

MACEIÓ

2018

A IMPORTÂNCIA DA ESTATÍSTICA COMO FERRAMENTA PARA O PLANEJAMENTO TURÍSTICO.

RESUMO

Esta pesquisa subsuma-se na subárea de pesquisa de Administração de Setores Específicos. Tendo como objetivo principal a utilização da estatística descritiva como parte fundamental na análise do desenvolvimento local e sustentável, colaborando para o planejamento turístico. Utilizando o Estado de Alagoas como objeto de estudo para verificar o comportamento do mercado turístico e a evolução do mesmo. Com a finalidade de alcançar os objetivos propostos foram consultadas fontes como: livros, artigos, dados, pesquisa de campo e sites do estado em questão. A pesquisa teve como início a revisão bibliográfica do tema, como origem, conceito, evolução histórica. Análises sobre o processo de evolução, com dados e a pesquisa de campo, para compreensão do planejamento turístico e andamento do mesmo. Tendo em vista que o primeiro planejamento turístico a ser aplicado no Brasil é o “Plano de Desenvolvimento do Turismo” em 1992, onde no Estado de Alagoas chega em 2013, intitulado como “Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo 2013-2023”, notou-se uma disparidade de como só após 21 anos, o planejamento turístico se torna algo real para o Estado. Haja vista que o mesmo sempre fora um local turístico devido a se encontrar em uma zona litorânea. E assim vê-se a modificação do Estado que era visto pelos turistas como apenas o turismo de sol e praia, para um turismo mais complexo inserido de forma estratégica, refletindo no comércio e serviços de forma cultural e econômica em seu desenvolvimento. Como contribuição futura, recomenda-se que atualizações acerca do andamento do plano sejam publicadas e disponibilizadas de forma a dar um empenho tanto aos empreendedores como quanto a sociedade, de forma a motivá-la, já que as mesmas fazem parte do processo, bem como a valorização da sociedade local, haja vista que os investimentos em educação ainda são precários, principalmente em regiões que possuem o maior foco turístico no Estado, em comparação com o investido em outras demandas.

Palavras-chave: Desenvolvimento Local e Sustentável. Planejamento Turístico. Alagoas.

1. INTRODUÇÃO

Em 1994 a Organização Mundial do Turismo (OMT), definiu o turismo como sendo: “[...] o englobamento das atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros afins.”

E de acordo com a EMBRATUR, turista “é aquele que se desloca para fora de seu local de residência permanente, por mais de 24 horas, realizando pernoite, por motivo outro que não o de fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado.”

Tendo em vista que o turismo se desenvolveu ao longo dos anos, vê-se a existência do turismo em massa. Turismo no qual para Barretto (1995) se dá conforme o tamanho da demanda, logo, seria onde a visitação é alta. Onde o mesmo com o passar do tempo se consolidou devido aos pacotes de viagens disponibilizados pelas agências de viagens e pelo seu modo econômico.

Em contraponto a este, de acordo com Clarke (1997), é o turismo sustentável, que surgiu após o reconhecimento dos grandes impactos causados pelo turismo de massa, fazendo com que aparecesse o turismo verde (1980) e só em 1990 ampliam o conceito de turismo sustentável, no qual se trata de um turismo mais adequado em relação ao meio ambiente.

Logo após tais definições, foi vista a necessidade de um planejamento, que seria o “desenvolvimento de estratégias que permitam a uma organização comercial visualizar oportunidades de lucro em determinados segmentos de mercado” (Harry e Spink 1990, p.33 apud Ruschmann 1997). Assim determinando métodos, objetivos concretos que visam o lucro, e atendam a demanda que vai ser direcionada, nesse caso, os turistas.

E quando se trata de planejamento turístico, precisa-se olhar em torno do mesmo. Apesar de se envolver com aspectos políticos, tal planejamento deve ser visualizado de forma geográfica.

Em relação ao Brasil é visto que o enfoque está nos rendimentos para o país e quando relacionado ao planejamento do turismo sustentável, o mesmo enfoque, porém determinando o menor impacto possível ao ecossistema.

O turismo nacional brasileiro, se caracterizar por seus recursos naturais de grande exuberância e seus bens culturais – podendo ser materiais ou imateriais –. Então em 2003 surge o Ministério do Turismo (MTur), com o intuito de planejar e alcançar os enfoques citados anteriormente.

Através de uma pesquisa feita mensalmente por tal órgão sobre a Saldagem do Consumidor – referente à intenção dos brasileiros de viajar num horizonte de 6 meses, constatou que dentro dos destinos nacionais cerca de 47,3% dos entrevistados do mês de julho de 2017 possuem o desejo de visitar a Região Nordeste. Considerando-se está Região, podemos destacar o Estado de Alagoas que vem crescendo, principalmente em relação a movimentação de passageiros, o qual fica atrás somente de Recife. E mesmo com a situação atual econômica, Alagoas teve um aumento de 2,34% em relação ao embarque e desembarque de passageiros no Aeroporto Zumbi dos Palmares entre 2015-2016, de acordo com a Infraero. Além disso, é um Estado que possui o turismo sustentável ativo. O qual é viabilizado através do Instituto do Meio Ambiente (IMA) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR), por meio de ações, como o artesanato sustentável e a beleza natural já existente em Alagoas, as piscinas naturais de Maragogi.

Com isto nota-se que o turismo é uma abordagem bem expansível, diversificada e devido a esses dois fatores, o torna complexa, mostrando sua importância na economia e conjuntura do país. E indo a fundo aos seus Estados, vê-se o Estado de Alagoas, que possui um turismo de massa, mas também um turismo consciente como uma de suas principais fontes de renda.

2. REFÊNCIAL TEORICO

2.1 CRESCIMENTO HISTORICO DO TURISTIMO NO ESTADO DE ALAGOAS

O nome crescimento é algo que tem por finalidade referir-se gradativamente a evolução de algo. E quando utilizado para representar algo histórico, subtende-se que é algo que parte do

início. E neste presente texto será apresentada a progressão de tal crescimento histórico relacionado ao turismo no Estado de Alagoas.

A questão de estudar a evolução histórica do Estado como contribuição ao turismo local está pautada na ideia de Veras Filho, o qual relata que: “...fatos históricos estão diretamente ligados a um menor ou maior potencial turístico, de determinado local.” (1991).

2.1.2. HISTORIA DE ALAGOAS

Emancipada em 1817, Alagoas tornava-se independente, “surge um novo ambiente político influenciado pelas instituições criadas pelo estatuto da independência.” (CARVALHO 2015) Partindo desse pressuposto citado introdutoriamente, a primeira cidade a qual foi iniciado o processo histórico no presente Estado, é Penedo, que a partir de 1842 foi elevada a classificação de cidade. Com seu crescimento sociopolítico voltado a cana-de-açúcar, era tida como uma cidade de grande riqueza, devido aos seus sobrados. Depois tem-se Marechal Deodoro, a primeira capital de Alagoas que com suas igrejas, conventos e grandes prédios, trazem uma enorme significação histórica. Ela, juntamente com Penedo e Porto-Calvo está entre as cidades brasileiras com maior importância histórica, sendo as três, portais da colonização de Alagoas.

E então em 1839 a vila de Maceió, passa a se tornar capital de Alagoas. “O topônimo Maceió teria se originado do nome do riacho que banha a cidade (MASSAYÓ OU MAÇAI-Ó-K).” (MARTINS 1991, p. 64), e o referido autor cita o significado do nome desse riacho segundo Moreira e Silva, “que tapa o alagadiço”. Com seu surgimento no final do século XVIII para começo do século XIX, Maceió não chegou a conhecer de verdade a vida colonial e seu processo de afirmação de cidade foi muito rápido. (CARVALHO 2015)

Cícero Carvalho, também afirma em seu livro “Formação Histórica de Alagoas” que a “Maceió Republicana” nas primeiras quatro décadas do século 20, da um salto urbano, um grande movimento cultural, a centralização das atividades administrativas e comerciais era o que explicava sua característica de cidade.

A atual capital é abordada por Veras Filho em seu livro “História do turismo de Alagoas” como sendo: “... de natureza cidade portuária, desde os primórdios tinha sua vocação para o turismo, por sua condição de exportadora de açúcar, fumo e algodão, e importadora, principalmente, de farinha de trigo e café.”. (1991, p. 29). E com esta saída e entrada de mercadoria, faz com que a capital receba visitas nacionais e até estrangeiras, sendo Maceió “... o mais importante centro comercial do Estado.”

2.1.3. HISTORIA DO TURISMO EM ALAGOAS

2.1.3.1. Antigamente

¹ O turismo em Alagoas surgiu no final do século 19 e início do século 20, de acordo com Veras Filho. Logo após a Primeira Guerra Mundial, Maceió possuía dois grandes cassinos renomados, a Rua do Comercio no centro de Maceió, a qual tinha lojas que vendiam artigos estrangeiros, o movimento literário que envolvia Jose Lins do Rego, Graciliano Ramos, entre

¹ Retirado do Livro: “História do Turismo de Alagoas” de Luís Veras Filho. 1991, p. 36-51.

outros e sediava festas populares, como o carnaval. Porém durante o governo de Costa Rego, os cassinos e todo tipo de jogos foram extintos.

Depois deste acontecido, o Estado só passou a ter uma vista maior ao turismo quando o Doutor Abelardo Pontes Lima, o prefeito de Maceió na época, baixou a Lei Municipal de n 575, que fundamentava o Código Municipal de Maceió, inserindo a taxa de turismo e hospedagem, a qual era destinada ao crescimento do turismo na cidade. E então em 1958, o Doutor Lima recebe uma carta da Comissão Executiva Permanente dos Congressos Brasileiros de Turismo, sobre a sugestão de criar cursos de boas maneiras, histórias da cidade e até relações públicas com destino aos trabalhadores da área de turismo. Tal sugestão foi acatada por unanimidade no V Congresso em Caxambu.

Após tal carta, o atual prefeito da referida capital, baixou outra Lei, sendo está de n 598, instituindo o Serviço de Turismo da Prefeitura Municipal de Maceió. Mesmo tal Lei centralizando os assuntos do turismo, ela não faz menção ao artesanato e folclore do Estado. Naquele tempo, mesmo existindo, tais atividades não faziam parte da concepção de turismo.

Outro ponto, é que no mesmo ano, ainda de acordo com Luís Veras Filho, a presente capital não possuía infraestrutura para atender a demanda de turistas e tão pouco tinha hotéis que suportassem a mesma.

Mesmo em tais situações, o primeiro plano turístico só foi elaborado em 1961 (sugerindo a criação de dois museus um em Pilar e outro em Palmeira dos Índios e a proteção de manifestações folclóricas). E um órgão para esta temática só em 1968, o CETUR – Conselho Estadual de Turismo, sendo vinculado a Secretaria de Planejamento, e também um órgão oficial de apoio ao turismo em 1971, a Ematur – Empresa Alagoana de Turismo, que possuía como objetivo: “[...] fomentar o turismo e atividades correlatas, e executar a política de turismo no Estado de Alagoas.” (COSTA, 1998, p. 44)

² Na década de 70, a cidade de Maceió obtinha problemas com sua infraestrutura, devido ao seu difícil acesso, complicações com a energia elétrica, com o abastecimento de água, sem contar com seus hotéis que eram considerados como “pequeno” pelo Conselho Nacional do Turismo. E como forma de promover o turismo no Estado, foi criado o Estádio do Rei Pelé (atualmente, Trapichão), o Festival de Verão de Marechal Deodoro (o qual parou depois de sete edições, devido a falta de verba), a Ginacana Penedense de Pesca e Arremesso (teve três edições), O Festival de Cinema de Penedo (cinco edições) e o Festival do Mar (três edições). Porém o que maior gerou movimentação turística foi a criação do Hotel Jatiúca, que de acordo com o autor Fernando Bastos, foi o “... start ao turismo em Maceió ... “ e “... seu ápice em 1986, quando mais de 174 mil visitantes foram atraídos, principalmente, pelas praias e belezas cênicas da cidade”. E então, nessa mesma data, o fluxo de visitantes passa a diminuir, por causa de problemas na estabilização econômica.

E então chegasse aos anos 80, onde conforme Cícero Carvalho há um crescimento no turismo, com suas taxas altas e a dinamicidade na rede hoteleira. Com a criação da campanha “Maceió, Minha Gente” a Embratur com convenio a Transbrasil, passa a fretar dois voos, os quais eram realizados uma vez na semana e Veras ressalta que esses voos “... chegavam a Maceió e tinham seus passageiros, um acompanhamento completo pela operadora de turismo “Travel-Center”, contando, ainda, com o apoio da iniciativa privada ligada ao setor turístico do Estado, através da EMATUR, que ainda tinha como presidente o senhor Manoel Cavacante.”

² Retirado do Livro: “Para onde vai o turismo de Maceió?” de Fernando Bastos. 1998, p. 28-29.

(1991, p. 124) e também “começaram a chegar agentes de turismo convidados para conhecer Maceió, nossas potencialidades turísticas, levando-as para seus Estados.” (VERAS, 1991, p. 124).

Ainda em 1980, o referido autor alega que “chegava a Maceió uma equipe de técnicos para realizar um estudo para avaliação das potencialidades turísticas do norte e nordeste do Brasil, tendo feito reuniões em Maragogi com Prefeitos, Vereadores e líderes comunitários da região, para discutir fórmulas visando ao incremento das atividades turísticas do litoral-norte do Estado.” (1991, p. 125). Porém, mesmo com tal evolução “... a falta de investimentos em infraestrutura estancou esse crescimento.” (CARVALHO, 2014, p. 72).

Como proposta de crescimento econômico, foi criado em 1988 o Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste – FNE, “é um instrumento de política pública federal operada pelo Banco do Nordeste que objetiva contribuir para o desenvolvimento econômico e social do Nordeste, através da execução de programas de financiamento aos setores produtivos, em consonância com o plano regional de desenvolvimento, possibilitando, assim, a redução da pobreza e das desigualdades.”³

Em Maio de 1997, Bastos fala sobre uma pesquisa feita pela Sudene realizou sobre o perfil do turista no Nordeste que indicava que 91% dos visitantes de Maceió vieram a passeio e a negócios e 4,6% como turismo de eventos, “sendo considerado muito pouco pela importância desse segmento de turismo naquela época.” (COSTA 1998).

A Secretaria Estadual de Turismo passou a existir em 1998, de início serviria como forma de desenvolvimento da atividade turística, porém esta secretaria pode ser intitulada como muito turbulenta, devido a sua abertura e fechamento, por diversas vezes. Costa fala sobre tal secretaria e afirma que isso faz parte do fato de está

“[...] sempre a mercê das ondas revoltas que caracterizam a problemática político-institucional do Estado. O fato comum ao aparato público estadual que apoia a atividade turística no Estado [...] é, a sua desestruturação organizacional e a carência de recursos humanos e materiais.” (COSTA 1998).

“Entre 1980 e 1990 foi um dos primeiros destinos turísticos no Nordeste brasileiro, mas, nos 1990-2000, passou a ocupar, segundo a Comissão de Turismo Integrada do Nordeste (CTI-NE), os últimos lugares como destino turístico no Nordeste brasileiro.” (MARTINS, 2009, p. 85).

2.1.3.2. Atualmente

Após tal situação, o turismo em Alagoas passa a viver uma “nova conjuntura”, como colocado por Carvalho que relata sobre a inauguração do Centro de Convenções de Jaraguá e o Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, os quais trouxeram maior movimento turístico local e estadual no ano de 2005. Segundo dados fornecidos pela Secretaria Estadual do Turismo de Alagoas, Maceió recebeu mais visitantes do que no ano anterior, tendo um aumento de 15%.

³ Ver <https://www.bnb.gov.br/sobre-o-nordeste-fne>.

⁴No Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas, realizado em Março de 2017, vê-se uma fala voltada ao turismo que dentro do setor de comércio e serviços é um dos principais eixos de desenvolvimento, também é mencionado o fator da beleza natural e histórico cultural do Estado serem de bastante atratividade ao que se relaciona ao fluxo de turistas e “há ainda uma forte riqueza complementar pouco explorada, capaz de diversificar a oferta de atrativos e de levar um número crescente de turistas para todo o estado.”. Com sua valorização do território e autoestima popular, o turismo passa a ganhar um destaque na economia e na sociedade. Os hotéis apresentam uma taxa de ocupação de 80%, de acordo com dados da Sedetur (Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas) no período de 2015/2016. E a diversidade cultural gera um maior desenvolvimento ao artesanato.

De acordo com pesquisas feitas pela SETUR/AL sobre o motivo da vinda dos turistas a Maceió, tem-se três segmentos de turismo que irá ser levado em consideração para explicar sobre o turismo em sua abrangência atualmente.

A importância quanto ao motivo da viagem do turista, dar-se, pois “em termos de planejamento econômico, para o desenvolvimento do setor, essa informação se faz fundamental” (SILVA 2014)

2.1.4. TURISMO DE SOL E PRAIA.

“Ressalte-se que, desde o início da massificação do turismo moderno, até a atualidade, grande parte desses viajantes buscava, e ainda busca os atrativos ligados ao chamado turismo sss (sun, sand and sea).” (*Revista Iberoamericana de Turismo*, p. 140, jan./jun. 2016)

Tendo-se nessa mesma revista a elaboração de dados fundamentados pela média do percentual de visitantes registrados pela Setur/AL, os autores D. Vasconcelos, L. Araujo e S. Ramos, o qual os mesmos obtiveram como resultado entre os anos de 1998 a 2006, 53,09% dos turistas vieram a passeio e então com tal média entre esses respectivos anos, tem-se 93,58% destes turistas, vieram em busca dos atrativos naturais. E então em 2003 a Setur em uma pesquisa, constatou que 98,33% dos visitantes buscavam atrativos do tipo litoral/praias.

Uma pesquisa feita pela Mtur/FIPE, feita entre os anos de 2010-2014, relata que o turismo de sol e praia são os principais fatores motivacionais dos turistas internacionais que buscam lazer no Brasil, onde o crescimento foi mais de cinquenta por cento maior que o fluxo de viagens em todos os anos avaliados. Tendo-se noção de que essa busca pelo lazer na cidade de Maceió é fomentada por uma pesquisa feita por Ângelo Martins em agosto de 1986, a qual tinha como uma de suas variáveis, a principal motivação do turista, “O turista que vem a Maceió, vem segundo as seguintes opções: 81% deles vêm a Lazer, 11% vêm a Negócios/Comércio e 5% vêm por Outros Motivos” (1986).

Comprovando o que é relatado a respeito do turismo Sol e Praia ser uma das maiores buscas dos turistas desde o início até o presente momento.

A Mtur define esse tipo de turismo como sendo “atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.” (2006). Logo vê-se que Alagoas é um ambiente propício para este segmento do turismo com sua grande faixa litorânea.

⁴ Retirado do Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas (DPE). Mar/2017.

2.1.5. TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS.

A visão de que o turismo sol e praia foi o único precursor na atualidade não é muito concreta já que o turismo de Negócios chega em grande escala, principalmente em Maceió.

“Com a predominância do segmento de “sol e praia”, tornou-se premente a necessidade de se diversificar a base da oferta turística da destinação Maceió para enfrentar sua baixa demanda de turistas nos períodos de chuva.” (*Revista Iberoamericana de Turismo*, p. 152, jan./jun. 2016)

Sabendo-se que a economia desse Estado apoia-se também no turismo, precisa-se ter um escape nas baixas temporadas, com isso surge à alternativa, o turismo de negócios e eventos. Sendo definido pelo Ministério do Turismo como o ⁵conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. E nesse segmento é inserido congressos, viagens corporativas, convenções, feiras e internacionalmente conhecido como Meeting, Incentive, Congress and Exhibition – MICE (Reuniões, incentivos, congressos e exposições).

“O mercado de eventos brasileiro cresce cerca de 14% ao ano, segundo dados do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil (SEBRAE, 2013).” (COUTINHO e MARINHO 2016). 4,32% do PIB do Brasil é voltado a esta área, gerando uma movimentação econômica de mais de 209 milhões de reais.

Dos fatores que influenciam a viagem a congressos e negócios, a porcentagem quanto a variável de apelo/boa imagem turística do destino é de 50%, de acordo com a pesquisa feita pela MC&VB/ Semtur-AL/ IABS em 2015. O que traz a percepção de que a imagem em termos de marketing executivo e de lazer é de boa influência, visto que o marketing turístico é fundamental para atratividade de visitantes ao local.

E como apoio a esse segmento, em 1997 passa a existir a Maceió Convention & Visitors Bureau – MC&VB, que é uma fundação sem fins lucrativos que atua juntamente com o público e privado, apoiando na iniciativa de realização de eventos estimulando o fluxo turístico nos meses de média e baixa temporada do lazer (março a novembro) e gerando negócios para as empresas mantenedoras⁶.

⁷A SEMPTUR – Secretaria Municipal de Promoção do Turismo e empresários do setor do turismo por intermédio da MC&VB fizeram uma parceria em 2015 com o intuito de promover o turismo de negócios na cidade de Maceió.

As inaugurações citadas anteriormente, como o Centro de Convenções, que antes não existia apenas nessa capital nordestina, e o Aeroporto, para Martins (2006) a construção desse equipamento e a inauguração do novo Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, no mesmo ano, capacitou Alagoas e Maceió a receberem voos internacionais, gerando um fluxo maior de visitantes.

Logo, o Centro de Convenções, trouxe a oportunidade de a cidade receber mais eventos e juntar o turismo de Negócios e Eventos com o de Sol e Praia. Fazendo com que as pessoas

⁵ BRASIL. Ministério do Turismo – Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas. Brasília, 2010.

⁶ Site Maceió Convention: <http://www.maceioconvention.com.br/quem-somos/> Pesquisa realizada em junho de 2015. Apud Estudo do perfil do Turista de Negócios e Eventos de Maceió. Mar/2016. Convencion/SEMPTUR.

⁷ Retirado do Estudo do perfil do Turista de Negócios e Eventos de Maceió. Mar/2016. Convencion/SEMPTUR.

que viessem a congresso ou algum outro tipo de evento, ficasse mais tempo, adquirindo produtos além do segmento que estava proposto a sua vinda.

2.2. PLANEJAMENTO TURÍSTICO

“O processo de planejamento permite orientar, racionalizar e acelerar esse processo de mudança social, que é complexo, porque, além de realizar ações voltadas à solução de problemas, também é preciso mudar estruturas e modos de atuar.” (BENI 2006)

Murphy relata sobre o planejamento turístico, como sendo, “[...] uma preocupação em antecipar e regular a mudança em um sistema, para que se possa promover o crescimento ordenado com a finalidade de aumentar os benefícios sociais, econômicos e ambientais do processo de desenvolvimento.” (1985, apud ARAÚJO 2009).

Tal planejamento é pautado em ações presentes que gerem desdobramentos futuros, por isso possui uma certa complexidade e capacitação, pois é uma forma de prever problemas futuros e agir com solução predispostas.

2.2.1 O planejamento turístico no Estado de Alagoas

O Estado de Alagoas necessita de um planejamento turístico de grande suporte. Visto que conforme a pesquisa de Martins, que tinha por finalidade averiguar o produto turístico Alagoas em seu desenvolvimento socioeconômico, obteve como resultado a pior avaliação no Bloco Infraestrutura e a melhor em concordância da variável: Vias Públicas Urbanas. E o referido autor ressalta sobre o presente Estado como:

“[...] uma destinação turística que tem potencial turístico para exploração, desenvolvimento e crescimento da atividade turística em sua área geográfica, e que todo esse arcabouço é capaz de propiciar *satisfação* aos seus visitantes; conseqüentemente, contribuindo para o seu desenvolvimento socioeconômico.”

Nesse intuito é que a Setur/AL, elabora um Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo, documento o qual possui força de lei e planejado para orientar o Estado entre os anos de 2013-2023, com posteriores atualizações, desenvolvido por gestores e técnicos da Secretaria Estadual do Turismo de Alagoas, acadêmicos e técnicos convidados, lideranças de territórios regionais e colocado em ação no governo de Teotônio Vilela Filho. Plano este que recorre a uma cultura de informalidade na gestão. (GOMES 2015) O qual deve “conduzir a uma nova forma de gestão público-privada, em que diferentes atores desempenham o papel de produtores e articuladores de políticas públicas, desde o desenho até a implementação e acompanhamento das ações” (JORDAN, 2009 apud GOMES 2015).

3. METODOLOGIA

Sabe-se que de acordo com Gil (1994), a pesquisa científica pode ter caráter de diversos tipos, procedimentos técnicos e técnicas específicas, com isso tem-se os tipos de pesquisa, e essa trata-se de uma pesquisa explicativo. Para tal, a metodologia aplicada a esse projeto de pesquisa teve como início a utilização da técnica de pesquisa bibliográfica, por meio deste a pesquisadora obteve uma proximidade maior acerca dos conteúdos abordados, utilizando

livros, artigos e revistas que falassem sobre o assunto proposto e outros nas áreas de história do Estado que é objeto de estudo, mercado turístico, geografia econômica, economia aplicada ao desenvolvimento local, sustentabilidade e áreas afins, para que pudesse absorver de maneira geral o conteúdo e trazendo uma maior compreensão para que fossem feitas as devidas análises. Em seguida foi utilizada a técnica de estudo de campo, na qual foi adquirido dados sobre o tema em questão no Estado de Alagoas e seu município, utilizando-se de métodos quantitativos, aos quais foram coletados por meio de entrevistas e variáveis alcançadas até então pela amostragem. Por fim, foi feita a análise em si das variáveis impostas e descobertas acerca do Estado em questão e sobre as vertentes do turismo empregado.

Os métodos inquiridos nesta pesquisa residem em algumas ações, as quais foram seguidas de maneira inexorável. A primeira ação, foi pautada pelo levantamento bibliográfico, através de livros, artigos, revistas científicas, pesquisas em fase de iniciação e também as já finalizadas, teses e sites especializados (como: IBGE, Trading Economics, Mtur, Sedetur, Alagoas em Dados e Informações, Turismo Alagoas, Inbordal).

Por consequente, pesquisa e coleta de dados, tendo como início dados econômicos e turísticos do Brasil, depois Nordeste e por fim de Alagoas, sendo retirados dos sites citados anteriormente, com dados compilados entre anos bastante variados, gerando a inserção de Alagoas para a realização do cálculo dos parâmetros estatísticos, as quais tiveram como objetivo a análise estatísticas no âmbito descritivo, construindo gráficos, tabelas, mapas e texto citando às devidas conclusões desta coleta. A segunda coleta de dados fez-se primeiramente no IBGE, a qual foi esclarecedora sobre o manuseio da ferramenta SIDRA, depois nas secretarias responsáveis acerca do turismo em Alagoas e seu município, tais como a Secretaria Municipal de Promoção do Turismo de Maceió e Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas no ano de 2017 e 2018, contendo informações sobre pesquisas e exploração de informações, tais como dados do turismo de maneira nacional e voltada ao Estado e município do estado em questão, sendo está a amostra, aos quais foram inseridos por meio de tabelas e representações gráficas para melhor visualização e interpretação por parte da pesquisadora.

Dando continuidade, foi feita uma observação sobre os indicadores de sustentabilidade, aos quais são combinados em três vertentes de desenvolvimento para um país, sendo eles: o progresso da economia, melhoria do ambiente e da sociedade e como os mesmos se relacionam com a gestão ambiental.

E como finalização foi feita tendo como enfoque principal o Estado de Alagoas, de como o turismo colabora para o desenvolvimento sustentável no estado, demonstrado através de um mapeamento. Para este, foram utilizadas matérias publicadas em jornais do Estado em formato online, também teses e pesquisas já concluídas. Visto que o confronto dos dados referentes ao Brasil com o Nordeste e do Nordeste com o Estado de Alagoas, mostrou como o estado em questão vem crescendo e se diversificando, aplicando a gama turística existente internacionalmente. Diante de todo contexto abordado foi sondada a análise estatística feita com os componentes que formam o planejamento turístico do Estado, adentrando no tema, mostrando a relevância da utilização da ferramenta em tal seguimento.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos demonstram que o andamento da pesquisa foi de suma importância para desfazer o que fora visto inicialmente e com isso foi encontrado práticas sustentáveis nos segmentos de economia e conservação do ambiente. Alagoas dispõe de áreas consideradas sustentáveis e no processo de desenvolvimento local, sendo elas: o turismo ecológico, sendo destacável as piscinas naturais de Maragogi, as quais entraram no mapa da sustentabilidade da Mtur (Ministério do Turismo) em 2015 e estão difundidas na Área de Proteção Ambiental (APA), a Costa dos Corais, a qual possui a segunda maior barreira de corais do mundo segundo a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas (SEDETUR/AL) e com sua Rota Ecológica; em seguida, encontra-se o turismo socioeconômico, tendo como destaque o artesanato, esse que possui em Alagoas, 33 associações, existem cerca de 95 artesãos individuais e 14 são mestres na área, onde com a ajuda do Programa do Artesanato Brasileiro, executado pela SEDETUR/AL, fomenta de forma econômica, desenvolvendo as comunidades através dos produtos, mantendo assim a cultura local.

Onde através de dados do SICAB (Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro) com em média 14.200 artesãos inseridos no programa atualmente, fez-se possível a relação da socioeconômica empregada ao artesanato, iniciando-se pela relação de que 92% dos artesãos vivem em Zona Urbana, por ser mais habitada, traz a facilidade que os mesmos precisam para comercializar seus produtos e assim se desenvolverem economicamente. Sendo 56% obtém do artesanato como principal renda familiar, fazendo um comparativo desse relevante número está associado ao fato de que por tipo de venda da maior parte da produção, está é destinada diretamente ao consumidor final, correspondendo a 97%, mostrando que a maioria são empreendedores. E a maior parte utiliza-se de sua casa para produção, firmando novamente a questão da facilidade comercial, empregada a grande quantidade em Zona Urbana. Inserindo-se os dados relacionados a questão socioeconômica dos artesãos, tem-se a demonstração pautadas em cunho social, como é possível verificar na tabela abaixo. A qual demonstra a distribuição de frequência referente a quantidade de dependentes por artesão, que nesta foi utilizado como amostra $n= 9.391$, dividido em classes para melhor compreensão.

i	artesãos	dependentes	Xi	Fi	Fci	Fri	Frci
1	9 a 1.220	3 a 7	614,5	5	5	62,50%	6,25%
2	1.220 a 2.432	2	1.826,0	1	6	12,50%	75,00%
3	2.432 a 3.643	0 a 1	3.037,5	2	8	25,00%	100,00%

Tabela 1, elaborada pela autora com dados do SICAB/AL.

Logo após vê-se em cunho econômico, em termos de renda, nessa amostragem foi de n= 13.700, onde a classificação é pautada na quantidade de dependentes que o artesão alagoano possui. E sua média aritmética simples é retirada pela quantidade dos artesãos que se encaixam em cada classe, sob a quantidade total dos artesãos de renda retirada só com o artesanato.

RENDA SÓ COM ARTESANATO		
Classificação	Representação em números da classificação	Média Aritmética (Ms)
Menos de 1	8.803	64%
De 1 até 3	4.733	35%
Mais de 3 até 5	140	1%
De 5 até 10	23	0%
Acima de 10	1	0%

Tabela 2, elaborada pela autora com dados do SICAB/AL.

Com isso observa-se a mensuração de como o artesanato influi no turismo e na vida do artesão, tendo em vista que a maioria mora em zona urbana e a capital de Alagoas é Maceió, percebe-se que existe uma ligação do mesmo para com o Produto Interno Bruto do município, sendo esse que na faixa de serviços, chegou a quase treze milhões. E que mesmo com a precariedade que de certa forma existe no meio dos artesãos, por falta de um maior investimento por parte do governo e em termos sociais de posição hierárquica profissional, pois o artesanato é dividido em diversas matérias primas utilizadas e é algo passado de geração em geração; e por fim tem-se o que fora realizado em 2016 pela a Secretaria Estadual de Promoção ao Turismo em Alagoas e a Maceió Convention & Visitors Bureau, uma pesquisa sobre o turismo de Negócios e Eventos de forma sustentável, o qual começou a ser um outro tipo de turismo que vem se fixando, principalmente na capital do Estado, e essa pesquisa inicialmente mostra o perfil do turistas de congressos e negócios, como também a questão da sustentabilidade nesse ramo. Algumas opções foram adotadas e colocadas no estudo, com a amostra n= 400, a que se torna objeto de interesse nessa pesquisa é a que pauta sobre algumas das práticas sustentáveis que um terço dos expositores adotam em eventos, sendo 33,3% reaproveitam o material e/ou produtos, 26,7% reduzem o consumo de descartáveis e desperdícios, 26,7% separam os resíduos, 6,7% monitoram o consumo de água e energia e 6,7% preferem a contratação de mão de obra local. E desta forma revela-se a possibilidade de o turismo sustentável ser a chave principal da ideia de turismo no Estado de Alagoas.

Diante disso tem-se o turismo como economia, o qual traz como fator um grande potencializador do meio econômico. De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), o turismo na economia brasileira, equivale a 10,4% do PIB nacional em 2017 (US\$ 2,02 trilhões). Adentrando-se a Alagoas, a qual teve um aumento em seus passageiros nos últimos anos, passageiros esses que em escala nacional vieram 35% de São Paulo, 15% do Rio de Janeiro e 15% de Pernambuco, já quanto ao internacional 50% da Argentina e 16% da Chile. Onde 63% desses turistas compram produtos de comunidades locais (principais produtos: artesanato, frutas e hortifrúti) de acordo com os dados da Mtur

(2016), podendo-se traçar um paralelo com o segundo trimestre de 2017. Tendo um desvio padrão de 2% referente a São Paulo, 6% ao Rio de Janeiro e 5% a Pernambuco, quanto ao turismo internacional, tem-se referente a Argentina 1% e ao Chile 9% entre os anos 2016-2017/2 no turismo nacional de variância positiva. Essas vindas de turistas nas duas origens, proporcionam um impulsionamento para economia turística, haja vista que a média aritmética retirada é de 58,40% de turismo nacional e 58,35% em turismo internacional entre os anos 2016-2017, mostrando-se que são parâmetros bastante aproximados.

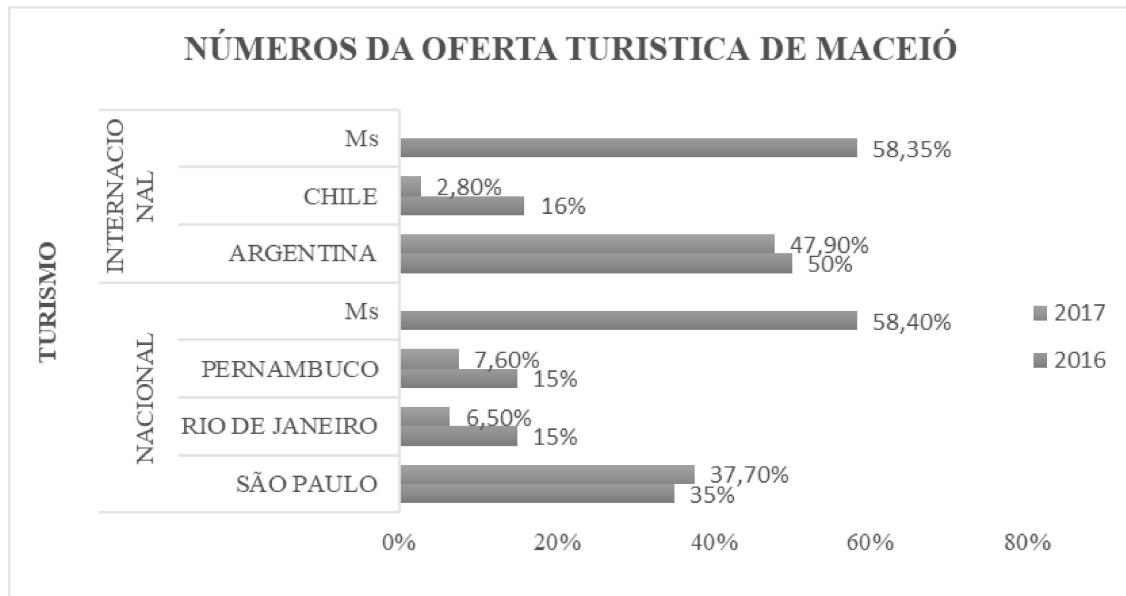


Gráfico 1, elaborado pela autora com dados da Mtur/AL e SINC.

Observa-se que, mesmo com andamentos sustentáveis em duas, das três dimensões, vê-se uma insustentabilidade com o social, onde Alagoas, no ranking IDHM 2010 por unidades de federação, ocupa o último lugar com 0,631, além de possuir a maior taxa de analfabetismo do país (24,6%) e pela sua alta desigualdade de renda. E com isso acarreta problemas no turismo, já que a população acaba que por não saber acolher o turista e não conseguir se inserir em tal mercado por falta de qualificação.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, veio com o objetivo de implementar um novo modelo de gestão pública, de modo a “criar empregos, contribuir para a redução das desigualdades regionais e possibilitar a inclusão dos mais variados agentes sociais” (Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Resumo Executivo, Ministério do Turismo, 2010). Através desse, a Mtur decidiu “fomentar a descentralização do turismo em todas as unidades de Federação” (Plano estratégico de desenvolvimento do turismo, Alagoas, 2013). Destaca-se que Alagoas absorveu isso e através da SETUR, vem investindo em cinco regiões consideradas prioritárias: Costa dos Corais, Metropolitana, dos Quilombos e do São Francisco. Por meio de ações e projetos imediatos e a longo prazo comandados pelo Programa de Municipalização e Regionalização do Turismo nessas regiões, forma o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas, sendo este o planejamento turístico do Estado, entre os anos 2013-2023. Com isso tem-se o Marco Logico do Plano, como mostrado abaixo.

MARCO LOGICO DO PLANO			
OBJETIVO GERAL	INDICADORES		
Contribuir, de modo efetivo, para o desenvolvimento de um turismo sustentável no Estado de Alagoas	SOCIAL	AMBIENTAL	ECONOMICO
	IDH dos municípios turísticos	Nível de Proteção do Local e estresse nos municípios turísticos	Grau de contribuição do turismo para a economia local
	Atratividade dos destinos turísticos		

Tabela 3, elaborada pela autora com dados do Plano Estratégico de desenvolvimento do turismo de Alagoas 2013-2023

Nesta pesquisa será abordado os projetos e ações de maior relevância quanto ao turismo sustentável e de implementação inicial, para mostrar a importância do mesmo, quanto sua efetividade, utilizando como exemplo ao tema. Com isso foi estudada com mais ênfase a parte que compõem o item 4. Programas Estratégicos do plano, ao qual nota-se que em termos de sustentabilidade tem-se 3 programas que através de seus projetos, denotam tal visão, sendo eles:

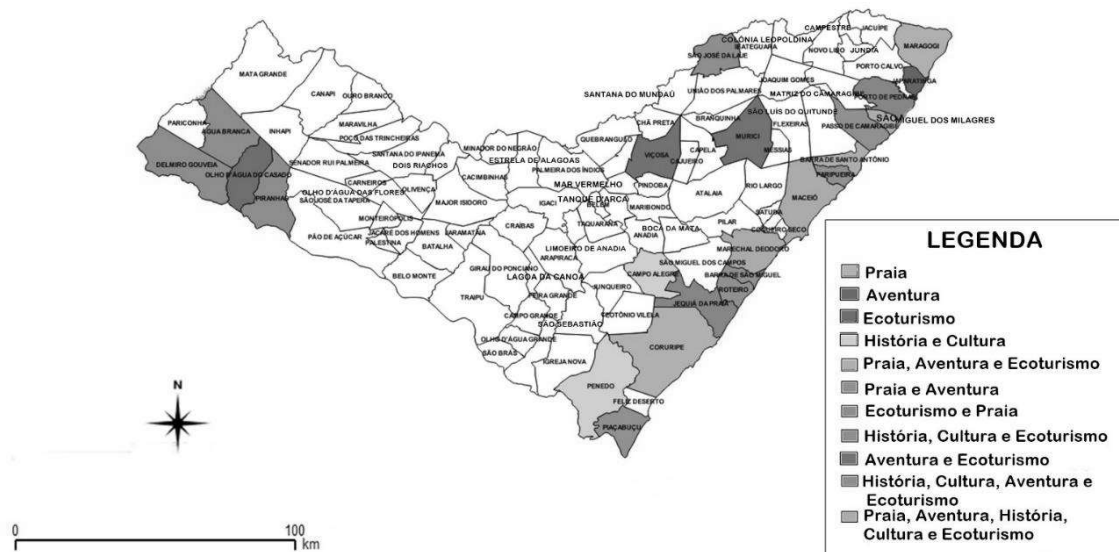
PROJETOS ESTRATÉGICOS	
1. PROGRAMA DE MUNICIPALIZAÇÃO E REGIONALIZAÇÃO	REMAPEAMENTO DOS MUNICIPIOS TURISTICOS*
	CONSOLIDAÇÃO DO PROGRAMA DE MUNICIPALIZAÇÃO DO TURISMO NO ESTADO
	CRIAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DE CONSELHOS MUNICIPAIS DE TURISMO*
	ESTRUTURAÇÃO E INSTAURACIONALIZAÇÃO DE INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAIS*
2. PROGRAMA DE INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA
	APOIO Á ESTRUTURAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS
3. PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL
	CAPACITAÇÃO EMPRESARIAL
	EDUCAÇÃO PARA O TURISMO
5. PROGRAMA DE MEIO AMBIENTE	ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA E PRODUÇÃO ASSOCIADA P/ O TURISMO SUSTENTÁVEL
	EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO DE

ALAGOAS
FORTELECIMENTO INSTITUCIONAL DO SISTEMA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE

Tabela 4, elaborada pela autora com dados do Plano Estratégico de desenvolvimento do turismo de Alagoas 2013-2023

Mostrando assim que a ideia de planejamento turístico se encontra intrínseco no Estado, porém não tão efetivo, tendo em vista que não possui um controle efetivo de dados quando verificada as metas imediatas não foram encontrados e ainda está desatualizado o plano. Por parte o plano anda em fase de execução em sua grande parte, atingindo as questões do remapeamento dos municípios turísticos, os quais passaram de 28 para 67, mostrando que a responsabilidade para os gestores vem aumento e com isso necessita-se de novas formulações no plano. Mas de alguns projetos aos quais foram desenvolvidos, tem-se a questão de tornar os destinos turísticos mais atrativos, com isso foi investido em outros segmentos turísticos e para demonstração de tal foi construído um mapa, ao qual categoriza e traz uma visualização melhor aos novos segmentos e suas áreas de atuação.

ATIVIDADES TURÍSTICAS NOS MUNICÍPIOS DE ALAGOAS



Mapa elaborado por ROSA, Elisa Lopes (2018). FONTE: <https://turismoalagoas.com/o-que-fazer/> em 15/06/2018.

5. CONCLUSÕES

O turismo é bastante diversificado e com isso gera-se muitas dificuldades em seguir planejamentos estratégicos, por isso é essencial o uso da ferramenta estatística para distinguir os possíveis parâmetros que possam ser usados tanto em curto como em longos prazos.

O Estado de Alagoas ao qual foi objeto de amostragem, teve um plano bastante consolidado e idealização de medidas cabíveis em todos os segmentos, porém quanto aos dados de curto prazo ou imediatos, em sua grande maioria não foram alcançados. A falta de exposição das informações de como andam os processos dos programas, como consequentemente seus projetos e ações, fazem com que o investimento em certas tomadas de decisões por parte do gestor fique inconclusos, vivendo de altos e baixos durante os anos.

Contudo detona-se as três dimensões mensuráveis e necessárias para o turismo sustentável, com apoios como a institucionalização do Arranjo Produtivo Local da Costa dos Corais em 2004, ao qual faz parte do Programa de Desenvolvimento dos Arranjos Produtivos Locais no Estado de Alagoas – PAPL/AL; com a Lei 7.231 do Turismo Sustentável, a qual foi sancionada no ano de 2011 em Alagoas; por meio de programas de fomento como o Bandeira Azul (certifica as praias em excelência, em qualidade de água e iniciativas de educação ambiental), Economia na Praia (tem o objetivo de profissionalizar e formalizar os prestadores de serviços da orla de Maceió, uma das mais bonitas e procuradas do Brasil); e Carteira do Artesão, promove ações nesse segmento.

Enquanto região Nordeste, Alagoas denota quinto lugar no ranking do top 15 de cidades favoritas do Nordeste pelos visitantes brasileiros (pautado pelo índice de satisfação dos usuários certificados da Expedia Brasil) e conseguiu alcançar 120% com 1.182 de estabelecimentos cadastrados no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos) em Alagoas entre os anos de 2016-2017. Atingindo algumas metas especificadas no plano, porém o acervo social ainda é um problema, haja vista que muitas das populações presentes, principalmente no interior de Alagoas, possuem um grau de escolaridade baixo, por muitas vezes não possui qualificação para se inserir no mercado turístico e não são preparadas para a chegada de movimentações turísticas, isso é algo que apesar de se encontrar no papel, ainda não foi posto em prática.

Desta forma, mostra que ainda existe a necessidade de uma maior utilização da estatística, produzindo valores absolutos quanto ao que está realmente evoluindo ou encarecendo.

Diante de todo contexto abordado, esta pesquisa proporcionou uma visão melhor acerca do turismo no Estado em questão, como também um olhar mais crítico ao desenvolvimento sustentável local, tendo em vista que os segmentos pautados no mesmo não são devidamente completos e carece de informação e mostrar como a ferramenta estatística ajuda nas proposições futuras, e em planejamento concreto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Lindenberg Medeiros de. **Planejamento Turístico Regional: participação, parcerias e sustentabilidade**. Maceió: EDUFAL, 2009. 162 p.

BARRETO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BINFARÉ, Paula Wabner; CASTRO, Cleber Trindade; COSTA, Sinthya Pinheiro; GALVÃO, Patrícia Lins; SILVA, Michel Vieira. Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo – RTC**, Natal, v. 4, Ed. Especial, p. 24-40, abr. 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010:13.

CARVALHO, Cícero Péricles de. **Economia Popular: uma via de modernização para Alagoas**. 6. Ed ver. e ampl. – Maceió: EDUFAL 2014. 135 p.

CARVALHO, Cícero Péricles de. **Formação Histórica de Alagoas**. 3. Ed ver e ampl. – Maceió: EDUFAL 2015, 352 p.

COSTA, Fernando Bastos. **Para Onde Vai o Turismo de Maceió?: Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade**. Ibirapitanga, 1. Maceió: PRODEMA/UFAL, 1998. 69 p.

COUTINHO, Marcela Pimenta Campos; SCHULER, Vaniza; MARINHO, Juliana Torres. **Sustentabilidade e sugestões de boas práticas na realização de eventos em Maceió**. Ed. IABS, Brasília-DF, 2016. 64 p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE. Um olhar sobre o turismo de Maceió: oferta x demanda. Brasília: Editora IABS, 2016.

Lei do Turismo Sustentável é sancionada em Alagoas. (10 de 01 de 2011). Fonte: Alagoas 24 horas: <http://www.alagoas24horas.com.br/629419/lei-do-turismo-sustentavel-e-sancionada-em-alagoas/>

MARTINS, Ângelo Antonio C. **Turismo nas Alagoas: uma alternativa econômica**. Maceió: SERGASA, 1991. 178 p.

MARTINS, Ângelo Antonio C. O produto turístico Alagoas em seu desenvolvimento socioeconômico. Economia Política do Desenvolvimento: **Revista de Ciências Econômicas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – UFAL**, Maceió, v. 1, n. 6, p. 83-109, Set./Dez. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programas de fomento fortalecem o turismo sustentável em Alagoas. Fonte: Desenvolve – Agência de Fomento de Alagoas: <http://www.desenvolve-al.com.br/2014/06/25/programas-de-fomento-fortalecem-o-turismo-sustentavel-em-alagoas/>

Maceió é um dos destinos favoritos do Nordeste, segundo site. (05 de 06 de 2017). Fonte: Secretaria Municipal do Turismo: <http://www.maceio.al.gov.br/2017/06/maceio-e-um-dos-destinos-favoritos-do-nordeste-segundo-site/>

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo: Resumo Executivo 2013-2023. Alagoas: Governo do Estado de Alagoas, 2013.

SILVA, Bruno Pimentel da. **Infraestrutura logística e o turismo de Alagoas no período 2004-2013.** Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas. Maceió, p. 112. 2014.

SUPERINTENDÊNCIA DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO. ANÁLISE CONJUNTURAL DO SETOR HOTELEIRO EM MACEIÓ E DO FLUXO DE PASSAGEIROS EM ALAGOAS PARA O SEGUNDO TRIMESTRE DE 2017. Alagoas: SINC, 2017.

VERAS FILHO, Luís. **História do turismo de Alagoas.** Maceió: SERGASA, 1991. 218 p.

VASCONCELOS, Daniel A. L. de; ARAUJO, Lindemberg M. de; RAMOS, Silvana P. Evolução histórica do destino turístico Maceió-Alagoas-Brasil: de antecedentes à atual situação. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, Penedo, v. 6, n. 1, p. 139-164, Jan./Jun. 2016.

WORD ECONOMIC FORUM, 2017, Geneva. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017.** Geneva: Word Economic Forum, 2017. 387 p.

WORD TRAVEL & TURISM COUNCIL. Travel & Turism: Economic Impact 2018 Brazil. Londres: Word Travel & Turism Council, 2018.